DE EUROPESE OORLOG IN BEELD.

De Eerste Wereldoorlog en de Amerikaanse nieuwsfilm, 1914 - 1918.

COME ON, NOW!

Let your patrons
see me in action with my brothers in arms-
the French, British and Italians, fighting <u>your</u> battles!

OFFICIAL WAR REVIEW

contains in one reel each week, the official war pictures of the United States, Great Britain, France and Italy.

Prepared by
COMMITTEE on PUBLIC INFORMATION
George Creel, Chairman
DIVISION of FILMS
Chas. S. Hart, Director

Distributed by
PATHÉ

We have secured good advertisers to talk to YOU. Listen to them!

DE EUROPESE OORLOG IN BEELD

De Amerikaanse nieuwsfilm en de Eerste Wereldoorlog, 1914 - 1918

Doktoraalscriptie Contemporaine
Geschiedenis (Oude Stijl)

Rijksuniversiteit Utrecht
juni 1988

R.J. van Dopperen,
Cornelis Mertensstraat 33bis,
3553 JN UTRECHT

Omslag:

Advertentie voor het oorlogsjournaal van het Committee on Public Information in: Motion Picture News (12 oktober 1918), pg. 2309.

INHOUDSOPGAVE

		pagina
I.	INLEIDING	1
II.	DE BEGINJAREN VAN DE AMERIKAANSE NIEUWSFILM	3
III.	"CASHING IN ON EUROPE'S WAR": DE VOORNAAMSTE REACTIES OP HET UITBREKEN VAN DE EERSTE WERELD-OORLOG	12
IV.	DE AMERIKAANSE FILMCORRESPONDENT IN EUROPA, 1914 - 1917	16
4.1	Inleiding	16
4.2	De bioscoopjournaals	17
4.2.1	Algemene inleiding	17
4.2.2	Universal Animated Weekly	19
4.2.3	Pathé Weekly	21
4.2.4	Hearst-Selig News Pictorial	24
4.2.5	Besluit	27
4.3	De Chicago Tribune	29
4.4	De American Correspondent Film Company	37
V.	DONALD C. THOMPSON: EEN FREELANCE CAMERAMAN MET STERALLURE	44
VI.	EUROPESE FILMPROPAGANDA IN HET NEUTRALE AMERIKA, 1914 - 1917	55
6.1	Inleiding	55
6.2	De officiele Duits-Oostenrijkse films	56
6.3	De officiele Geallieerde films	58
6.4	Besluit	61
VII.	"MOBILIZE THE MOVIES!" DE OFFICIELE NIEUWSFILM IN OORLOGSTIJD, 1917 - 1918	63
7.1	Inleiding	63
7.2	De reacties op de Amerikaanse interventie	64
7.3	De officiele fotografen van het US Signal Corps	67
7.4	Het Committee on Public Information verkoopt een oorlog	72
7.5	De vertoningen van de officiele oorlogsfilms	81
7.6	Besluit	86
VIII.	CONCLUSIE	87
IX.	GERAADPLEEGDE LITERATUUR	89
X.	NOTEN	93
XI.	VERANTWOORDING	111
XII.	BIJLAGEN	112

I INLEIDING

Er is een verleden dat nog voor een belangrijk deel in kaart moet worden gebracht. De film, aanvankelijk door veel kritici verguisd alszijnde moreel verderfelijk en tenslotte uitgegroeid tot een belangrijke industrie en een populaire kunstvorm, is eveneens een historische bron die onderzocht kan worden. Nog steeds is het de Amerikaanse film die op de wereldmarkt een belangrijk stempel drukt. Het klassieke studiosysteem van Hollywood, waarbij aan de lopende band films werden geproduceerd, vindt zijn oorsprong in de periode van de Eerste Wereldoorlog. Het was in 1914-1918 dat voor het eerst sterren als Chaplin en Fairbanks tot dan toe ongekende hoogten bereikten. Het was in 1914-1918 dat grote premièrebioscopen als het Strand Theater in New York hun plaats veroverden op Broadway. De Amerikaanse filmindustrie begon al met al, geholpen door het succes van spectaculaire produkties als BIRTH OF A NATION (1915), met toenemend zelfvertrouwen de toekomst tegemoet te zien.

In meerdere opzichten was de Europese oorlog een uitdaging voor de Amerikaanse filmexploitanten. De gedachte dat een oorlog kon worden gefilmd was niet geheel nieuw in 1914. Sommige ondernemers wisten reeds tijdens de Spaans-Amerikaanse oorlog hun slag te slaan. Zij filmden bijvoorbeeld de aankomst van Amerikaanse troepen in Cuba. Anderen bleven dichter bij huis en filmden zoals Edwin H. Amet, gebruikmakend van miniatuurmodellen,de nederlaag van de Spaanse vloot (1898) in hun eigen badkamer. Maar de Europese oorlog was, hoe onverwacht dan ook, in zijn tot dan toe ongekende grootte voor velen werkelijk iets nieuws. Reeds binnen enkele weken waren de fotografen van de nieuwsfilmbedrijven in Frankrijk en België. Hoe 'nieuw' hun films waren valt vooralsnog te bezien. De centrale probleemstelling in deze scriptie luidt dan ook: wat was de feitelijke en actuele nieuwswaarde van de Amerikaanse nieuwsfilms over de Eerste Wereldoorlog?

De inhoud van deze documentaires kan, mijns inziens, niet worden losgekoppeld van de wijze waarop de films door de bedrijven werden geëxploiteerd. De nieuwsfilm en meer in het bijzonder het bioscoopjournaal maakte reeds vanaf 1911 deel uit van de grote produktiebedrijven. Op welke wijze en voor welke doeleinden werden vóór 1914 de nieuwsfilms door de ondermers gebruikt? Deze kwestie en de voornaamste reakties op het uitbreken van de oorlog worden in de eerste twee hoofdstukken beschreven. Vervolgens wordt verslag gedaan van de prestaties van de belangrijkste nieuwsfilmbedrijven (hoofdstuk IV). Niet alleen wordt aangegeven hoe belangrijk, zoals bij de Chicago Tribune, exploitatiemiddelen als publiciteit waren bij de verkoop van de films. Het is ook mijn bedoeling om een beeld te geven van de invloed van de omstandigheden aan het front op de nieuwswaarde van de documentaires. In hoofdstuk V wordt een overzicht gegeven van het werk van één van de meest vooraanstaande oorlogsfotografen, Donald C. Thompson. Zijn belevenissen, hoe anecdotisch van aard deze soms ook mogen zijn, geven een indruk van de manier waarop hij niet alleen zijn films maar ook zichzelf als 'camera held' aan het publiek verkocht. Alweer blijkt, denk ik, dat de exploitatie een belangrijke invloed op de inhoud van de films had. Tenslotte wordt, nadat aandacht is besteed aan

de Europese filmpropaganda in de Verenigde Staten (hoofdstuk VI) de lijn doorgetrokken naar de officiële Amerikaanse nieuwsfilms van 1917-1918. In dit laatste hoofdstuk worden de belangrijkste factoren die van invloed waren op de nieuwswaarde van de documentaires uit oogpunt van overzichtelijkheid afzonderlijk behandeld: de omstandigheden aan het front, de wijze waarop de films op de markt werden gebracht en, tenslotte, het arrangement van de voorstellingen in de bioscopen.

Film spreekt, geloof ik, in meer dan alleen het letterlijke opzicht tot de verbeelding. Eenmaal gecombineerd met een verschijnsel als oorlog verwacht de lezer misschien dat de beschrijving van het werk van de Amerikaanse filmcorrespondenten een min of meer romantisch beeld zou kunnen opleveren. Soms, zoals bij Donald Thompson, lijkt dit inderdaad het geval te zijn. In de meeste gevallen echter, geven de recensies aan dat de oorlog op het witte doek vaak een monotone en weinig informatieve indruk maakte. Hoe dan ook, ik heb geprobeerd om deze scriptie op een dusdanige wijze te schrijven dat het bij gebrek aan overgebleven filmbeelden nog steeds 'beeldend' genoeg is. Tenslotte zou ik de dames Straks hartelijk willen bedanken voor hun bijstand aan de typemachine. Een speciaal woord van dank gaat uit naar Bert Hogenkamp die bij deze scriptie als tweede begeleider wilde optreden.

II DE BEGINJAREN VAN DE AMERIKAANSE NIEUWFILM

INLEIDING

De bedoeling van dit eerste hoofdstuk is om een overzicht te geven van de verschillende factoren die van invloed waren op de productie en exploitatie van Amerikaanse nieuwsfilms in de periode voor de Eerste Wereldoorlog. Het filmbedrijf in de Verenigde Staten was, zeker in deze jaren, in veel opzichten een wereld opzichzelf met eigen gebruiken. Voor een beter begrip van de films is een kennismaking met de 'journalistieke' achtergrond van het nieuwsfilmbedrijf zeker op zijn plaats. Welke factoren bepaalden de nieuwswaarde van de films? Achtereenvolgens zal aandacht worden besteed aan de rol van publiciteitsoverwegingen, de felle concurrentiestrijd tussen de bedrijven, de nieuwsopvattingen van de filmredacteurs en tenslotte, de houding van de Amerikaanse pers ten opzichte van de films. De meer technische details, die vooral betrekking hebben op de organisatie van de bioscoopjournaals, worden besproken in hoofdstuk IV. De inhoud van de films tenslotte, komt slechts bij wijze van illustratief voorbeeld aan de orde. Deze aanpak werd voornamelijk in de hand gewerkt doordat de filmrecensies in deze vroege periode zeer summier bleken te zijn.
Tenslotte een woord van toelichting over de gebruikte terminologie. In de scriptie wordt de omschrijving "documentaire" of "nieuwsfilm" in de algemene betekenis van een non-fictie film gebruikt. De bioscoopjournaals ("newsreels") deden pas op een later tijdstip in de Amerikaanse filmgeschiedenis hun intrede en verschenen, in tegenstelling tot de nieuwsfilms, met een zekere regelmaat (één tot twee maal per week) in de bioscopen.

De Amerikaanse nieuwsilm ontwikkelde zich,zoals zal blijken, tot een vast onderdeel in de filmindustrie. Niet alleen maakten de bioscoopjournaals sinds 1911 deel uit van de grote filmbedrijven. De exploitatie van het nieuws werd bovendien beinvloed door verschijnselen die van belang waren voor de gehele Amerikaanse filmwereld: de sociale kritiek op de bioscopen, de strijd tussen de onafhankelijke filmondernemers en de Patents Company en de veranderende reacties van Amerikaanse bladen op de films. De documentaires werden bij deze gelegenheden niet alleen gebruikt als nieuws maar ook als publiciteitsmiddel. Ook tijdens de oorlogsjaren was het duidelijk dat de nieuwsfilms, ondanks een weinig indrukwekkende inhoud, met behulp van een advertentiecampagne op succesvolle wijze verkocht konden worden. Het werk van de Chicago Tribune is een goed voorbeeld hiervan.(zie hoofdstuk 4.3) De publiciteit gaf uiteraard aan het filmbedrijf zelf eveneens een goede naam. In sommige gevallen, zoals bij de film over de ondergang van de Titanic van de Sales Company, lijkt dit de belangrijkste motivatie van het bedrijf voor het uitbrengen van de nieuwsfilms.Een belangrijk gevolg hiervan was ondermeer, dat de presentatie van Amerikaanse nieuwsfilms reeds voor de oorlog een opmerkelijk dramatisch karakter kreeg.De grenzen tussen fictie en realiteit waren daarbij veelal uiterst vaag, omdat menig nieuwsfilm werd uitgebracht in de vorm van entertainment.

Pas sinds korte tijd heeft zich in de filmgeschiedschrijving een nieuwe generatie van historici aangediend die onderzoek doet naar de exploitatiemethoden van de Amerikaanse filmindustrie. Kristin Thompson's studie van de Amerikaanse filmexport is hiervan een interessant voorbeeld(1). De eerste schrijvers, waaronder Ramsaye en Jacobs, toonden daarentegen vooral belangstelling voor de kunstzinnige waarde van de Amerikaanse films.Dit had tot gevolg dat de aandacht gedurende lange tijd vooral gericht is geweest op de eerste fictie-films van regisseurs als Porter en Griffith. De vroege Amerikaanse documentairefilms zijn om deze reden nog steeds erg onderbelicht.

De beschikbare gegevens wijzen erop dat reeds voor de Eerste Wereldoorlog de Amerikaanse fictiefilm uitgroeide tot het overheersende productietype. Dit versterkte uiteraard de belangstelling van filmhistorici voor klassieke speelfilms

als BIRTH OF A NATION (1915). Anderzijds echter, zou men zichzelf de vraag moeten stellen: welke belangen hadden de Amerikaanse filmondernemers dan nog bij het uitbrengen van nieuwsfilms? Een antwoord op deze belangrijke vraag, die direct betrekking heeft op de filmexploitatie, is te vinden in de vakbladen Motion Picture News en Moving Picture World. De bevindingen kunnen soms een verassend nieuw licht op de materie werpen. Bovendien wordt aldus de noodzakelijke achtergrond geschetst voor een kennismaking met het Amerikaanse nieuwsfilmbedrijf.

DE DOCUMENTAIRE ALS PUBLICITEITSMIDDEL

De invoering van het Amerikaanse bioscoopjournaal (1911) wordt in de filmliteratuur merkwaardig genoeg veelal in verband gebracht met een relatieve afname in de produktie van non- fictie films. Auteursrechtelijke gegevens in het Library of Congress geven aan dat in de periode 1897-1904 films met een documentaire karakter gemiddeld 32% van de totale produktie in beslag namen. Dit was de grootste categorie. Direct hierop volgden twee genres die eveneens niet- fictief van inslag waren: "travelogues" (opnamen van natuur, buitenland e.d.), 24% en "nieuws", 17%. De amusementsfilm - voornamelijk drama - maakte in deze periode nog slechts een gering deel uit, namelijk 14% (2).

De grote doorbraak van de Amerikaanse speelfilm kwam ten tijde van de opkomst van de eerste bioscopen ("Nickelodeons"); binnen één jaar tijd, in 1907, zou de fictie de hoofdmoot gaan uitmaken in de filmproduktie. Volgens Raymond Fielding in zijn boek 'The American Newsreel, 1911-1967' had deze snelle ontwikkeling een belangrijk gevolg voor de nieuwsfilm: "As the theatrical story film gained in popularity .... the appeal of the newsfilm declined proportionately" (3). Zeker is in ieder geval dat de toename van fictiefilms ten koste van het aantal nieuwsfilms ging. Slechts een terloops doornemen van de filmbladen uit deze jaren maakt dat duidelijk. Artikels over "The topical Film" zijn relatief gering in aantal. Het is echter de vraag of er, althans bij de bioscoopeigenaars, sprake was van een afname in belangstelling voor de nieuwsfilm.

Moving Picture World, het leidinggevende blad voor de Amerikaanse filmvertoner, waarschuwde in 1908 bijvoorbeeld tegen het onbeperkte gebruik van speelfilms. Veel fictiefilms zouden namelijk een dusdanig goedkoop karakter hebben dat ze het aanzien van de industrie schade konden berokkenen. De redactie schreef: "Is it possible that the men who have built up so great an industry can look over your weekly film review columns and not blush for the type of vicious, week-kneed plays that are displayed there" (4). De filmproducent werd te kennen gegeven dat daarentegen een sterke behoefte bij het publiek bestond aan informatieve reisopnames en natuurfilms. Het blad volhardde blijkbaar in zijn kritiek; in 1910 schreef de redactie zelfs dat er duidelijke bewijzen waren dat het publiek niet zo onverschillig stond tegenover de nieuwsfilms als twee jaar daarvoor werd verzekerd (5). Het lijkt al met al niet waarschijnlijk dat de toename van fictie films zijn oorzaak vindt in een plotselinge afname in de belangstelling van de bioscoopeigenaaars voor de nieuwsfilm.

De filmvertoners hadden een reden om bezorgd te zijn. De Amerikaanse bioscoop

was in de jaren voor de Eerste Wereldoorlog menigmaal een doelwit van afkeer en spot. De film werd door velen nog gezien als een amusementsvorm voor eenvoudige arbeiders en immigranten. Bovendien spraken keer op keer dominees, maatschappelijk werkers en de pers schande over sommige speelfilms. Vooral de jeugdige kijkers zouden na het bekijken van films over moord en doodslag op het verkeerde pad kunnen komen.

De bioscoopwereld wapende zich zo goed mogelijk tegen deze kritiek. In 1909 werd, op initiatief van de People's Institute, de National Board of Censorship opgericht. Deze organisatie werkte op vrijwillige basis; aan de filmproducenten werd het verzoek gedaan om, alvorens de films uit te brengen, deze te laten bekijken door onbetaalde censors. De beoordeling op toelaatbaarheid vond plaats op morele gronden. Alhoewel de afgave van films niet verplicht was, werkten de meeste bedrijven graag mee (6).

Veel bioscoopeigenaars namen in deze periode een vooruitstrevende houding aan die was gericht op sociale erkenning van bovenaf. Rond 1912 ontstonden de eerste zogenaamde 'small-time vaudeville' theaters die als overgangsvorm naar het type van de premièrebioscoop fungeerden. In deze theaters werd varieté afgewisseld met filmvertoningen. Opvallend daarbij was vooral het weelderige interieur dat sterk leek op dat van de gangbare, klassieke operazalen (7).

Menig filmvertoner, die zelf als arme immigrant naar de Verenigde Staten was gekomen, wilde het liefst niet herinnerd worden aan zijn afkomst. Opmerkelijk is dat één van de vakbladen, Motography, de lezers waarschuwde om te voorkomen dat het theater een 'etnisch' karakter kreeg (8). Enigszins vergelijkbaar hiermee is het optreden van manager Herrmann Kaiser in New York, die te maken had met verschillende nationaliteiten in zijn bioscoop. Zijn voorkeursbehandeling, die het meer beschaafde Angelsaksische publiek ten goede kwam, werd op enthousiaste wijze door Motion Picture News beschreven: "Chinamen, darkies, Greeks, Spaniards and men of that class are seated to themselves while the more select have seats together. There's no mixing of colours at the Kaiser ...." (9).

De documentairefilm was eveneens een belangrijk middel waarmee deze vooruitstrevende theatereigenaars zichzelf om publiciteitsredenen verdedigden. Al vóór de vertoning van het eerste bioscoopjournaal voerde Motion Picture News een hardnekkige campagne voor de 'educatieve film'. Opvallend daarbij is vooral de wijze waarop de redaktie het pleidooi voerde. De formulering herinnert zeer sterk aan het vooruitgangsgeloof dat in intellectuele kringen tijdens de Progressive Era zo prominent aanwezig was. De film werd voorgesteld als een sociaal instituut dat net als bijvoorbeeld de anti-trustwetgeving het welzijn van alle burgers regelde. Het sprak immers een universele taal en leerde de immigrant zonder problemen over het roemrijke verleden van Amerika (10). De educatieve invloed van de bioscoop, ook wel op eufemistische wijze "Democracy's Theatre" genoemd, strekte zich zelfs uit over ieder gebied. Volgens Margareth I. McDonald maakte het namelijk deel uit van de algemene wetenschappelijke vooruitgang die de mensheid ten goede kwam. In de nabije toekomst zouden de theaters alsgevolg hiervan niet door geldwolven maar door filantropen worden beheerd (sic!). De boodschap van de film als "Great Civilizer" drong al met al door tot in iedere onbeschaafde uithoek: ".....These simple natives saw from the pictures how the white man lives in his home and straightaway set about to imitate what they saw in the picture. The simple pantomimic lesson made its impression on the minds of those simple island people" (11). Als zeer gedateerd, tenslotte, komt het optimisme over waarmee het militair gebruik van de camera voor oefeningen en observatiedoeleinden werd beschreven. Uiteindelijk zal de film, volgens het blad, ook op dit gebied door alle partijen worden gebruikt en aldus de wereldvrede garanderen (12).

Wat was volgens Motion Picture News een educatieve film? De definitie wordt over het algemeen zeer vaag gehouden en richt zich vooral op de positieve invloed op de kijker. Alles dat zijn of haar opvattingen in een breder perspectief zette was leerzaam. Maar naar drama ging de voorkeur niet uit; de educatieve waarde van documentaires was blijkbaar veel directer (13). Het waren dan ook de documentairefilms die (alhoewel deze relatief minder vaak

geproduceerd werden) het meest aangehaald werden in de verdediging van het blad. Vooral de films van Charles Urban werden regelmatig genoemd. Zijn bedrijf maakte in 1911 naam met een speciale "Kinema Color" film over de kroning van Geaorg V als keizer van India. De 'gekroonde hoofden' vormden van het begin af aan een vast bestanddeel in de nieuwsfilms. Urbans speciale arrangement, waaronder een reproductie op het toneel van de Tasj Mahal, was uiterst spraakmakend in die tijd. De film werd door Motion Picture News o.a. genoemd vanwege de 'wetenschappelijke waarde' van het kleurenprocedé. Bovendien zou de film aantonen hoe populair de documentaire, van hoog tot laag, in Engeland was; de film had immers een koninklijk cachet 14).
Hieruit blijkt mijns inziens opnieuw het sociaal vooruitstrevende karakter in de Amerikaanse filmwereld. Men was op zoek naar erkenning van 'bovenaf'. De nieuwsfilm bleef bij menig bioscoopeigenaar om deze reden alleen al in trek. Of,zoals Moving Picture World nog in 1917 zou schrijven:" In the days when the world 'movies' was generally used in contempt, many persons of taste and discrimination were attending the picture theaters for the side purpose of seeing one reel only of the advertised program- the news reel. Such persons eventually became steady patrons and found enjoyment in the dramas..."(15)

HET GEBRUIK VAN DE NIEUWSFILM IN DE CONCURRENTIESTRIJD

Misschien verwacht de lezer dat Motion Picture News de introductie van het bioscoopjournaal in augustus 1911 op enthousiaste wijze begroette. De wekelijkse vertoning van nieuwsfilms zou de bioscoop in de ogen van het publiek immers tot een moderne en serieuse aangelegenheid kunnen maken. Het tegendeel is echter het geval. De eerste recensies in het filmblad betroffen het bioscoopjournaal van de Gaumont Company (februari 1912). Dit bedrijf kwam pas na een half jaar na het eerste Amerikaanse filmjournaal van Pathé Frères met haar eigen product op de markt. Motion Picture News negeerde waarschijnlijk bewust het Pathé journaal omdat het volgens de redactie publiciteit voor de 'filmtrust' betekende die sinds 1908 de Amerikaanse filmwereld trachtte te controleren: de Motion Picture Patents Company.Uit de opmerkelijke, terughoudende reactie van Motion Picture News blijkt mijns inziens dat, ondanks de idealistische publiciteitscampagne voor de educatieve film, commerciële belangen van overheersend belang voor de redactie waren bij het beoordelen van de nieuwsfilms.

De Patents Company was opgezet als een agentschap voor het beheer van de belangrijkste patenten met betrekking tot filmproductie,-distributie en -vertoning. Het voornaamste doel was de regeling en uitvoering van de inning van betalingen. Licentiehouders (producent en filmvertoner) waren namelijk verplicht om een vast bedrag aan 'royalties'aan de 'Patents Co over te dragen. Om aan deze afspraak kracht bij te zetten werd in 1910 de General Film Company opgericht. Deze organisatie centraliseerde zoveel mogelijk de filmdistributie: bij wanbetaling werd de bioscoopeigenaar van levering uitgesloten (16).

Het was in deze nogal roerige periode van de Amerikaanse filmgeschiedenis dat het bioscoopjournaal zijn intrede deed. Zegslieden van de Patents Company beweerden dat de organisatie bedoeld was om onnodige productiekosten te besparen en de harde concurrentie in de filmindustrie een halt toe te roeppen. Een uitgesproken rivaliteit zou echter nog jarenlang de hoofdtoon voeren in deze beroepssector.
Dit was één van de factoren die leidden tot een alleszins merkwaardig soort opvatting over de "nieuwswaarde" van films.

Pathé Frères , één van de meest kapitaalkrachtige filmbedrijven in de Patents Co., introduceerde op 8 augustus 1911 de eerste Amerikaanse versie van haar bioscoopjournaal: de Pathé Weekly. De onderwerpen hadden vooral een koninklijk en militair karakter: de onthulling van een monument voor koningin Victoria een regiment Zouaven begroet de Franse vlag; een parade van Duitse troepen in Potsdam, enz.(17). Volgens Moving Picture World betekende het bioscoopjournaal een directe revolutie in de journalistiek. Voor het eerst zou namelijk op

levendige wijze nieuws aan het publiek worden getoond. Net als Motion Picture News schreef het blad over de universele boodschap van de nieuwsfilm: "The con fusion of tongues begun at the Tower of Babel bids fair to be undone by this new institution" (18).

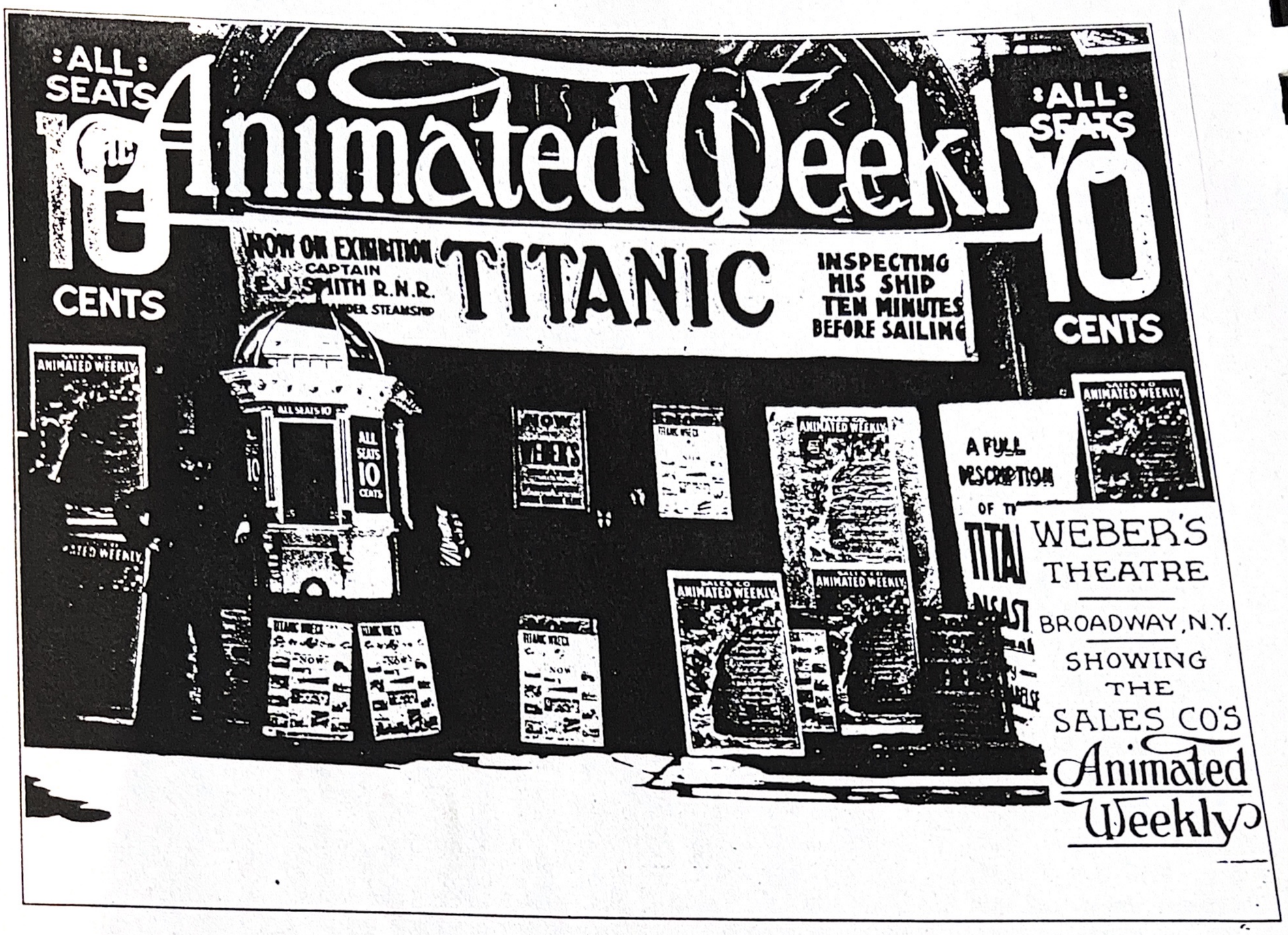
De achtergrond van Pathé's bemoeienis met het Amerikaanse bioscoopjournaal is aanzienlijk meer prozaisch dan deze fraaie retoriek doet vermoeden. Alvorens in produktie te gaan met de film had Jacques A. Berst, Pathé's bedrijfsleider in de Verenigde Staten, een voorstel gedaan aan alle filmbedrijven in de Patents Company. Alle producenten zouden negatief-opnamen aan Pathé afleveren; Pathé regelde vervolgens het selecteren, ontwikkelen en afdrukken van de nieuwsfilm. Het journaal kon door de General Film Company worden gedistribueerd en idere producent ontving, afhankelijk van het aandeel in het vertoonde materiaal, zijn inkomsten (19).

Maar de Vitagraph Company was niet bereid om de bovenbeschreven gang van zaken in handen te laten van een potentiele concurrent (Pathé).Het bedrijf ging op geheel eigen wijze een bioscoopjournaal maken. Op 11 augustus 1911 verscheen de eerste aflevering van de Vitagraph Montly of Current Events. Het hoogtepunt in de film was een frontale botsing tussen twee op topsnelheid rijdende treinen. De recensent van Moving Picture World was niet geheel zeker van de bedoeling van deze opname, maar, zo schreef hij, "nieuw" was het zeker(20). Vervolgens was het de beurt aan Pathé om de concurrent de loef af te steken. Leon Franconi, de eerste full-time redakteur van een Amerikaans bioscoopjournaal had een idee. Zijn verslag in de New York Times is bijna dertig jaar na dato. Het geeft echter een aardige indruk van zijn nieuwsopvattingen: "Arrangements were all perfected, the day was a nice and clear one, and a large crowd of soldiers and sailors were present to see Rodman Law jump from the torch of Liberty. I had several cameras set up to get the jump from different angles and at a given signal he jumped.To the consternation of everyone, his parachute failed to open until he had dropped fully seventy-five feet. This was entirely too close to prevent injury, although he was not killed. But it made a good subject for the newsreel" (21).

Een nieuwe concurrent voor Pathé diende zich aan in 1912: de Gaumont Animated Weekly. Voor het eerst raakte het blad Motion Picture News warm voor de gedachte van een bioscoopjournaal. De redaktie had namelijk, in tegenstelling tot Moving Picture World, openlijk partij gekozen tegen de Motion Picture Patents Company. Deze stellingname moet een gecalculeerd risico met zich mee gebracht hebben. Het betekende namelijk een aanzienlijk verlies aan opbrengsten uit de advertenties van de produktiemaatschappijen (22). Gelukkig voor Motion Picture News echter, verdedigden de onafhankelijke filmbedrijven zich redelijk succesvol tegen de Patents Company. Eind 1909 organiseerden de onafhankelijke ondernemers zich in de Sales Company. Deze organisatie bestond voornamelijk uit producenten die net als bij de Patents Company de distributie reguleerden en vaste 'servicekosten' voor de filmvertoners berekenden (23).

Afgezien van met de Patents Company vergelijkbare monopoliepraktijken werd bovendien veel gebruikgemaakt van publiciteit, gericht op de theatermanagers. Carl Laemmle, de directeur van de Sales Company, was een berucht meester in het verzinnen van stunts. Hij kaapte de actrice Florence Lawrence weg van de Biograph Company en besloot haar als ster te lanceren. Zijn bedrijf plaatste in de pers een gefingeerd bericht over een auto-ongeluk van de actrice. Laemmle reageerde vervolgens op gepaste wijze, stelde het publiek zijn ongeschonden werkneemster voor en gaf de 'jaloerse' concurrentie de schuld voor het leugenachtige bericht (24).

De manier waarop de Gaumont Animared Weekly omwille van publiciteitsoverwegingen door de Sles Company werd geëxploiteerd getuigt, mijns inziens, van dezelfde mentaliteit. Toen bekend werd dat het journaal door het onafhankelijke bedrijf werd uitgebracht reageerde Motion Picture News verrast: "We congratulate both the Sales Co. and Gaumont upon this scoop of what will ultimately proof the best money getter in the business" (25). De bioscoopeigenaars werden geadviseerd om direkt het journaal te boeken.



Form 260

THE WESTERN UNION TELEGRAPH COMPANY

INCORPORATED

25,000 OFFICES IN AMERICA. CABLE SERVICE TO ALL THE WORLD

THEO. N. VAIL, PRESIDENT — BELVIDERE BROOKS, GENERAL MANAGER

RECEIVER'S No.	TIME FILED	CHECK

SEND the following message subject to the terms on back hereof, which are hereby agreed to

4/23/12 -MG CHICAGO,ILL.

4
CG 111 E 14 St
MOTTON PICTURE DIST. & SALES CO.

TITANIC PICTUPES CERTAINLY GREAT SHIP ANOTHER PRINT ON TWENTIETH CENTURY TODAY IF TOO LATE SHIP BY FIRST EXPRESS WIRE US HOW SENT.

ANTI-TRUST FILM CO.

#49.

onder:

Telegram van de Sales Company aan cameraman Hall.
De bioscoopeigenaar die dit bericht in Motion Picture News las, was zeker van de afzender - Let op het populaire onderschrift: "anti-Trust Film Co.

De Sales Company bedacht verschillende methodes om naamsbekendheid te geven het journaal. Weinig smaakvol was het idee van een levensverzekering: vooraanstaande burgers konden een filmopname van zichzelf laten maken. Het celluloid werd tot na het overlijden van de klant opgeslagen en de nabestaanden ontvingen een gedeelte van de opbrengsten (26). De grootste indruk op de bioscoopeigenaars werd waarschijnlijk gemaakt met een gebeurtenis die de cameraman van het nieuwsfilmbedrijf, Charles K. Hall, in de schoot werd geworpen: de ondergang van de SS Titanic.

Rampen behoorden tot de vaste onderwerpen in de bioscoopjournaals. Het belangrijkste voor een nieuwsfilmbedrijf daarbij was om een primeur te hebben. Een tweede reeks beelden van bijvoorbeeld een brand sprak het publiek, zo meenden de redakteurs, onvoldoende aan (27). Had men bovendien eenmaal een primeur, dan kon hieraan volop publiciteit gegeven worden. Dat gold voor de ondergang van de Lusitania in 1915. Dat gold ook voor de ramp met de Titanic in 1912. Cameraman Hall had geluk. Hij was vlak voor de fatale gebeurtenis naar Sydney (Cape Breton) gestuurd om vandaaruit door te reizen naar New Foundland. Toen het bericht van de ramp hem per telegraaf bereikte had hij juist een sloep gehuurd. Met een aanzienlijke voorsprong op de fotografen uit New York koos Hall het ruime sop(28). Precies één week na de ondergang van de Titanic werden de eerste opnamen vertoond in Weber's Theatre op Broadway. (In Los Angeles kon blijkbaar niet zolang gewacht worden: ondernemende bioscoopeigenaars vertoonden beeldenvan het zusterschip de Mauretania - aangepast met nieuwe titels (29)).

De film opende met het tewater laten van de Titanic in Ierland en close-up beelden van de kapitein. Vervolgens werden enkele ijsbergen getoond. Enkele overlevenden van de ramp, die zich in de zaal bevonden, beweerden dat dit de dodelijke obstakels waren. Dit getuigt overigens van een opmerkelijk observatievermogen omdat het schip 's nachts in de golven verdween. Het scherm werd vervolgens gedurende een minuut donker. Het meest opmerkelijk, tenslotte, zijn de opnamen die Hall maakte van de nadering op volle zee van het reddingsschip de Carpathia. Op het dek waren de overlevenden zichtbbar, onder wie de beroemde uitvinder Marconi (30). De inhoud van deze film is, denk ik, zonder meer van historische waarde. Het meest opvallend aan de Titanic film, zoals gepresenteerd in de vakpers, is echter de overdadige wijze waarop de Sales Company zijn naam eraan bevestigde (zie illustraties).

WAT IS NIEUWS?

Het Amerikaanse bioscoopjournaal ontwikkelde zich als een vast onderdeel van de filmindustrie. Men kan zichzelf de vraag stellen of de bedrijven wel bepaalde journalistieke waarden nastreefden. Volgens Erik Barnouw ondermijnde het filmjournaal de documentaire. Het nieuws werd namelijk in de vorm gegoten van een rituele opeenvolging van gebeurtenissen: een koninklijk bezoek, een militaire parade, een sportgebeurtenis, een grappig voorval, een ramp (31). Fielding komt tot een vergelijkbare conclusie. Ook hij plaatst de onderwerpen in bepaalde vaste, voorspelbare categorieën (32).

Zeker is dat met de invoering van het bioscoopjournaal de filmmakers rekening moesten gaan houden met een tot dan toe onbekend verschijnsel: de "deadline". Hún opdracht was om binnen de gestelde wekelijkse termijn interessante opnamen gereed te hebben. Dit betekende op de eerste plaats dat de beelden visueel aantrekkelijk moesten zijn. Of, zoals het in de handleiding van Pathé News (1915) werd uitgedrukt: "The object of motion pictures is to show motion. Only things in which there is motion are worthy of the cameraman's attention" (33). Alsgevolg hiervan werden veel standardopnamen in de journaals getoond die weinig nieuwswaarde hadden. Dit vaak echter min of meer gecompenseerd door het gebruik van amusante onderwerpen. Het enige actueleonderwerp in Mutual Weekly no. 84 van 6 augustus 1914 bijvoorbeeld was de Servische mobilisatie tegen Oostenrijk-Hongarije. Hierop volgde een reeks kleurrijke beelden: "..Hector, the educated dog; a Mutual Weekly photographer climbs to the

top of one of the pyramids of Egypt; Governor Fielder and Secretary of War, Garrison, review New Jersey's militia; the automibile club of France officiates at the Grand Prix races....; the largest shoe of the world; the Khan of Kiwa ascends the throne after the death of his mother in Central Asia.." (34).

De redacties van de bioscoopjournaals vonden in hun keuze van onderwerpen vaak andere amusementsvormen. De inhoudsopgaven in Motion Picture News en Moving Picture World vermelden zeer regelmatig onderwerpen als het Mardi Gras Festival, poses van beroemde zangers ("Caruso Sings Over The'Phone'") en acteurs sport, dierenshows en- last but not least - de vele "babyparades" die Amerika in die tijd blijkbaar rijk was. Onderwerpen met 'human interest' waren prominent aanwezig;slechts twee van de meest sprekende voorbeelden zijn: "Baby is held by landlady when mother refuses to pay the boardbill, New Orleans" (35) en "The ugliest man in America wins price in St. Louis" (36).

De speciale aandacht voor opvallende onderwerpen had belangrijke gevolgen. Veel gebeurtenissen werden met opzet voor de camera nagespeeld. De 'retake' was soms een kwestie van noodzaak. In evenzoveel gevallen was het de bedoeling om het verhaal in het nieuw te verwerken. Austin Lescarboura noemt de opening van de luchtpostdienst tussen Belmont Park en Washington D.C. (1918) als typisch voorbeeld. Een geschikte cameraman zou als eerste opname een algemeen beeld filmen van het vliegtuig en de mecaniciens. Vervolgens wordt een gepaste handeling in scène gezet: de post wordt aan de piloot overhandigd. Voor de nodige human interest, tenslotte, kon het afscheid van zijn vrouw gefilmd worden (37).

Soms had het bioscoopjournaal direct belang bij het vertonen van bepaalde onderwerpen. De modeshows vormden een vast onderdeel in o.a. de Pathé Weekly. Volgens Croy werden de filmbedrijven hiervoor door de desbetreffende modehuizen betaald. Ook populaire utvindingen (met de naam van de fabrikant in beeld) werden voor het filmjournaal gedemonstreerd (38).

De bioscoopjournaals gaven eveneens publiciteit aan de film in het algemeen en het eigen bedrijf in het bijzonder. Het was niet uitzonderlijk dat Mutual Weekly no. 56 (21 januari 1914) beelden vertoonde van de bioscoop in Japan "... now the principal amusement of Nipponese " (39). De volgende week al werd het gebruik van de film voor religieuze doeleinden in beeld gebracht (40). Veel aandacht in de journaals werd bovendien besteed aan de filmsterren. Nadat de Mutual Film Corporation op verassende wijze een contract met Charly Chaplin had afgesloten voor $ 650,000,-, verscheen hij - natuurlijk - in Mutual Weekly. Universal behoorde tot de bedrijven die zichzelf het meest adverteerden. Regelmatig werden bezoeken van personen als minister Lansing aan de studio's in Universal City (1915) op het eigen journaal vertoond (42).

De commerciële invloeden op de Amerikaanse nieuwsfilms zijn, al met al, duidelijk aantoonbaar. Het wordt misschien wel het meest expliciet onderwoorden gebracht door de redacteur van Pathé News, Paul D. Hugon. Onder het hoofdstuk "That To Take - What is Pictorial News?" beschrijft hij de volgende drie categorieën met nieuwswaarde: "1/ All new subjects, i.e. the unstaged happenings of today...; riots, disasters, great railroad wrecks, the activities of well-known men; and news CAUGHT in the happening is the only real news there is. 2/ Pretty subjects with good scenery - pretty girls, children, young animals with some kind of topical interest. But when it comes to girls, only the most strikingly beautiful specimens should appear. 3/ Photographic effects of light and shade, also with some kind of topical interest. A novel kind of building which is being talked about, the remarkable combination of natural beauties." (43).

DE HOUDING VAN DE AMERIKAANSE PERS

De inhoud van de bioscoopjournaals werd niet alleen door de filmredakteurs bepaald, hoe belangrijk hun opvattingen over de nieuwswaarde van films dan ook waren. Een laatste belangrijke impuls kwam van buitenaf: de pers.

De sociale kritiek op de film als moreel verderfelijk medium beïnvloedde, zoals gezegd, de houding van veel bioscoopeigenaars tegenover de nieuwsfilm. De Amerikaanse pers hield zich tot ongeveer 1913 zoveel mogelijk afzijdig van de filmwereld. Met een zekere regelmaat werden snerende opmerkingen gemaakt over de slechte invloed van sommige speelfilms. Motion Picture News probeerde de filmbelangen telkens zo goed mogelijk hiertegen te verdedigen. De redaktie stelde dat in feite iedereen tegen de 'goedkope' films was, niet op de laatste plaats de National Board of Censorship. De belangrijkste bron van aantasting van de goede zeden was de Patents Company; deze trust had, volgens het blad, een aparte censuurraad nodig. Aan goede wil was bij de meeste ondernemers echter geen gebrek. Daarom:"When will the daily press wake up to the fact that moving pictures have gone far away from the blasé pictures of olden days?" (44).

De dagbladen realiseerden zich uiteindelijk inderdaad het belang van de film. In 1912 werd door Famous Lasky Players (de voorloper van Paramount) de eerste grote speelfilm in Amerika uitgebracht: QUEEN ELISABETH. De ster in deze film was niemand minder dan de beroemde Sarah Bernhardt. De verschijning van deze serieuse toneelspeelster op het witte doek was in zekere zin een teken aan de wand. Steeds vaker werden werken van literaire grootheden als Tolstoi en Dickens verfilmd. Een nieuwe, meer verhalende filmstijl deed tijdens de jaren '10 in Amerika zijn intrede. De belangrijkste exponent hiervan was D.W. Griffith die in 1915 naam maakte met de eerste grote 'Hollywood' film: BIRTH OF A NATION. De film werd in Amerika, naarmate de populariteit toenam, al met al door steeds meer mensen toelaatbaar geacht. De pers heeft vanaf 1912-1913 aan deze ontwikkeling een belangrijke bijdrage geleverd. De motieven hiervoor waren echter opvallend commercïeel van karakter.

Edward A. McManus was in 1912 verantwoordelijk voor de promotie van de oplage van het blad The Ladies World. Dit blad werd gepubliceerd door de McClure Company, een onderdeel van het persconcern van William Randolp Hearst.Hij voerde waarschijnlijk als eerste het idee uit van een gecombineerde uitgave van een wekelijks verhaal en de verfilming ervan. De publiciteit in het blad, waaronder het gebruik van foto's uit de film, werkte uitstekend. Om de bioscoop toegankelijk te maken voor deaarzelende dame's verscheen in juni 1912 allereerst een artikel getiteld "The Photoplay, an Entertainment and Occupation" (45).

De publiciteitsgedachte vond al snel zijn weerklank bij belangrijke rivalen van Hearst als de Chicago Tribune (waarover later meer). De filmbedrijven reageerden eveneens op enthousiaste wijze. Alleen al in april 1914 startte Universal een serie in samenwerking met de Chicago Herald, direkt gevolgd door Pathé en de Hearst bladen (46). Opmerkelijk is dat deze promotiecampagnes, die aanvankelijk vooral van toepassing waren op de speelfilms, binnen korte tijd ook in de bioscoopjournaals gebruikt werden. Reeds in de herfst van 1911 had Edgar B. Hatrick, het hoofd van de fotografische dienst van het Hearst concern, voorgesteld om een eigenbioscoopjournaal te beginnen. Voorlopig bleef het bij een afzonderlijke nieuwsfilm over de inauguratie van President Wilson. Ondanks het uitstel ging Hatrick uiteindelijk in overleg met William Selig die al sinds 1903 nieuwsfilms produceerde (47). Het resultaat van deze samenwerking was de Hearst-Selig News Pictorial. Geholpen door de flamboyante publiciteit in de pers van Hearst kwam het journaal in maart 1914 op de markt. In Motion Picture News werd beloofd: "Battles, riots, wrecks, massacres, holocausts, - in fact, sensational happenings all over the world will be the subject matter of this weekly" (48).

Was de Hearst-Selig News Pictorial het eerste bioscoopjournaal dat ontstond uit een combinatie van pers en film? Volgens Jacob Loeb, directeur van de Item Animated Weekly in New Orleans, kwam zijn bedrijf voor deze primeur in aanmerking. Het journaal werkte samen met het locale blad, de "Item", en het eerste nummer verscheen eind maart 1914. De onderneming had, zoals Loeb op onverbloemde wijze aan Motion Picture News vertelde, vooral een publiciteitswaarde. De achterliggende gedachte was niet alleen dat het journaal tips van de krant kreeg over locale gebeurtenissen. Een belangrijker voordeel was dat het nieuwsfilmbedrijf zonder enige betaling door het blad de "Item" werd geadverteerd. Het journaal etaleerde daarvoor in ruil op prominente wijze de naam die was overgenomen van de krant. Bovendien werd aan het einde van ieder onderwerp voor nadere details verwezen naar het blad. Tenslotte werden gratis negatief-opnamen aan de krant verstrekt (49).

Vergelijkbare advertentiecampagnes waren in 1914 schering en inslag in de Amerikaanse filmwereld. De St. Louis Daily Star startte in juli 1914 bijvoorbeeld met een bioscoopjournaal dat onder eigen naam werd vertoond (50). De Times, eveneens uit St. Louis, sloot op zijn beurt een overeenkomst met Pathé; het bedrijf regelde de locale filmproduktie in de vier zuidelijke staten. De krant publiceerde de onderneming in haar speciale filmrubriek en vertoonde de nieuwsfilm onder eigen auspiciën (51).

Aangemoedigd door de financiële opbrengsten die de groeiende populariteit van de film in 1914 met zich mee bracht, maakten steeds meer bladen bovendien een afspraak met de nabijgelegen bioscopen. De Detroit Journal bijvoorbeeld, publiceerde vanaf april 1914 iedere dag over de plaatselijke filmvertoningen. De theatermanagers vertoonden in ruil hiervoor dia's met reclame voor de krant (52). Een avondblad in Waterbury (Connecticut) begon met een filmtitel onder de veelzeggende titel "Read the Stories First, then See the Pictures". De locale filmvertoners beloofden deze investering te financïeren door advertenties in de krant te plaatsen (53). De Times Leader, tenslotte, besloot eveneens om na het succes met de publicatie van een filmserie de bioscoopeigenaars zo goeg mogelijk, zoals Motion Picture News schrref, te helpen (54).

Welke gevolgen had deze zo verrassend snelle toenadering tussen pers en film? Enerzijds werd, zoals gezegd, door de bladen een bijdrage gedaan aan een beter begrip voor de film als amusementsvorm. Publiciteitsoverwegingen stonden daarbij echter voorop. In veel gevallen was de redaktie vanwege de gemaakte afspraken met de locale bioscopen zelfs niet gebaat bij een kritische recensie van de films. De commerciele belangen (eigen produktie, exclusieve vertoningsrechten en advertentieopbrengsten) werkten dit vaak tegen. Moving Picture World reageerde met gemengde gevoelens op de plotselinge belangstelling van de pers. Alhoewel enige publieke belangstelling voor de film was gewekt, konden de bladen, zo stelde de redaktie, de publiciteit niet effectief genoeg verwerken. De advertenties konden beter in een exclusief filmblad geplaatst worden. Hiermee bedoelde men uiteraard Moving Picture World (55). Variety, een blad dat financïeel niet uitsluitend afhankelijk was van filmadvertenties, geeft echter een beeld van de keerzijde van de medaille. De filmredakteurs in de pers werden, volgens dit blad, voornamelijk aangetrokken om advertenties te behandelen; de inkomsten hieruit konden oplopen tot $ 1000,- per pagina. Een kritische beoordeling van de inhoud van de films was daarbij vaak nauwelijks van belang: "...The publishers are now saying: 'The public seems to like the treat, and if so, why not give them what they want?' "(56).

111 " CASHING IN ON EUROPE´S WAR ": DE VOORNAAMSTE REACTIES OP HET UITBREKEN VAN DE EERSTE WERELDOORLOG

De Eerste Wereldoorlog kwam over Europa als een donderslag bij heldere hemel. Slechts weinigen hadden in juni 1914 een vermoeden van de gevolgen van de aanslag op Franz Ferdinand, de aartshertog van Oostenrijk- Hongarije. Nadat de eerste schrikreacties waren weggeëbd, gingen de meeste Europeanen zich onbekommerd bezighouden met hun vakantie. De zomer van 1914 was, alleen al vanwege het fraaie weer, één van de meest gedenkwaardige sinds tijden.

Op 23 juli 1914 volgde het Oostenrijkse ultimatum aan Servië dat verantwoordelijk werd gehouden voor de aanslag. De eisen waren onder invloed van Duitse steun zwaar aangezet; men hoopte aldus op een zo effectief mogelijke afrekening met de nationalistische agitatie in Servië. Een Russische interventie leek door de afschrikkingskracht van de gestelde argumenten niet waarschijnlijk. Op 30 juli besloot de Russische regering tot mobilisatie. De volgende dag reeds reageerde Duitsland met een ultimatum aan Sint Petersburg en Parijs: binnen twaalf uur moesten alle militaire maatregelen worden opgeschort. Op 1 augustus 1914, na één week tijd, was de Europese oorlog een feit (1).

Wie kon tijdens deze verassend snelle gebeurtenissen vermoeden dat, zoals de Britse minister van Buitenlandse Zaken Sir John Grey zei, de lichten boven Europa uitgingen? In onze herinnering staat 1914/ 1918 in ieder geval aangeschreven als een verloren oorlog. De verschrikkingen van het leven in de loopgraven lieten een oorlog zien die was ontdaan van alle romantische verwachtingen (2). Uiteraard was niet iedereen in 1914 pessimistisch gestemd, zeker niet de Amerikaanse filmondernemer. Aan de overzijde van de Oceaan mochten de lampen uitgaan, maar de straten van de East Side van New York waren verlicht met vrolijk gekleurde neonreclame van de bioscopen. Langs de theaters liep Lawrence Marston, een filmregisseur, die vol verbazing verslag deed van de tientallen oorlogsfilms in New York. De sensationele afbeeldingen op de filmposters lokten vele klanten. Marston schreef:"Long range notions are not in favour with the artists and the favorite themes seem to be close views of Uhlan charges and executions of prisoners tied to the cannon´s mouth" (3).

De Europese oorlog bood de Amerikaanse amusementswereld nieuwe mogelijkheden. Volgens Variety betekende de oorlog op de eerste plaats financiële welvaart. Na het herstel van de handelsbetrekkingen werden nieuwe, koopkrachtige immigranten verwacht (4). De redactie van Billboard hoopte zelfs op een snel vertrek van de Oosteuropese klanten (Serven, Polen e.d.) als reservisten. Zij waren te spaarzaam om hun geld te besteden aan de theaters. De voorkeur lag duidelijk bij het meer beschaafde Angelsaksische publiek (5).

De filmbladen waren eveneens hoopvol gestemd. Motion Picture News ging, opvallend genoeg, al in augustus 1914 uit van een langdurige oorlog die de Amerikaanse export zou stimuleren. Alhoewel men het niet Amerikaans achtte om van andermans leed te profiteren, bleef niets anders over dan zich aan te passen aan de veranderde economische omstandigheden. Het was de taak van de filmondernemer om de opengevallen exportmarkten zo snel mogelijk te voorzien (6).

De filmindustrie ondervond inderdaad nauwelijks hinder van de Europese oorlog. De import uit Duitsland van de noodzakelijke chemicaliën zorgde aanvankelijk voor enige ongerustheid bij de filmvertoners. De prijzen voor onder meer de ontwikkelingsvloeistof waren verdubbeld, maar er was nog voor een half jaar in voorraad . Omdat de Duitsers bovendien slechts sterk stonden vanwege de lagere arbeidskosten, was, volgens Motion Picture News, de Amerikaanse filmondernemer vrij om zelf fotografisch materiaal te produceren (7). Eastman Kodak maakte aansluitend hierop in september 1914 bekend, dat nog voor één jaar aan onbelichte film in voorraad was (8). De filmproduktie bleef dan ook recht overeind staan: uit de studio´s aan de west kust werd bericht dat het werk net als in vredes-

tijd verder ging (9). Het gevoel van zelfvertrouwen en optimisme in de Amerikaanse filmwereld werd, al met al, nog wel het meest eenduidig door producent Louis J. Selznick verwoord. Hij vertelde Moving Picture World:"... As far as his company was concerned the turmoil in Europe would not be at all for the worse" (10).

Dergelijke opvattingen maakten het welhaast tot een vanzelfsprekendheid om oorlogsfilms uit te brengen. De belangstelling in Amerika voor het uitbreken van de oorlog had tot gevolg dat aanvankelijk de nadruk werd gelegd op de documentaires. Dit wil echter niet zeggen dat de films altijd werkelijk een actueel karakter hadden. Het tegendeel lijkt eerder het geval. Ramo Films Inc. prees zichzelf al op 15 augustus 1914 gelukkig met wat de eerste authentieke film over de oorlog genoemd werd (11). Tijdens de première van THE WAR OF WARS in Philadelphia werd de film met hoongelach begroet (12). Ik kan me de reden hiervoor goed indenken. De volgende beschrijving in Motion Picture News geeft aan hoe de gevechtsopnamen in scène waren gezet: "In some of the battle scenes there is rather an excess of flag waving and standing about in exposed positions on the part of the soldiers, but actors were ever loath to seek cover when facing the fire of the camera man..." (13).

Actuele filmbeelden uit Europa waren zeker in de eerste oorlogsmaanden uiterst zeldzaam.De aandrang om films te fingeren was echter sterk aanwezig. De oorlog kon van korte duur zijn en de kans bestond dat een concurrent eerder een oorlogsfilm uitbracht. De publiciteit speelde bij dit alles een belangrijke en soms misleidende rol. Sawyer Inc. bijvoorbeeld kondigde in oktober 1914 " The Only Authentic Films of the War in Europe" aan. Het camerawerk was, volgens het bedrijf, afkomstig van officiële fotografen uit Servië, Rusland en Turkije (14). Variety identificeerde de film echter als een aangepaste versie van opnamen over de Balkanoorlogen (15).

Niet alleen de producenten maar ook sommige filmvertoners waren verantwoordelijk voor de slim bedachte exploitatiestunts. A.G. Bauman vertoonde in zijn Dreamland Theatre (Cincinatti) THE FALL OF FRANCE. Onder zijn vaste clientèle bevonden zich vele Duits- Amerikanen die aangetrokken raakten door de veelbelovende titel. In de foyer had Bauman kranten geplaatst in de vorm van oorlogsbulletins. Dit moet bij veel klanten de doorslag hebben gegeven: Bauman´s inkomsten verdubbelden zich tijdens één week (16). De manier waarop gebruik werd gemaakt van de actuele belangstelling voor de oorlog was ronduit misleidend. THE FALL OF FRANCE was een speelfilm die al in januari 1914 was uitgebracht en betrekking had op de Frans- Pruissische oorlog (17).

Ondanks de hittegolf in delen van de Verenigde Staten zorgden de vertoningen van oorlogsfilms voor volle zalen. De aanwezigheid van verschillende etnische groeperingen in de bioscoop bracht echter bepaalde risico´s met zich mee. Uit New York, de immigranten stad bij uitstek, berichtte een correspondent van Billboard: "In the lobbies of the theatres where the films were billed in German, Italian, French and Yiddisch....I overheard discussions in broken English, which, in several instances, nearly ended in blows " (18). De bioscoop leende zich uitstekend voor partijdige uitlatingen. De films mochten dan wel "stom" zijn, het publiek was dat gewoonlijk niet. De vertoningen konden soms zelfs zeer luidruchtig zijn. De toeschouwers zongen vaak mee met de muziek en applaudisseerden regelmatig. Om de orde te handhaven stuurde de National Board of Censorship een brief naar de producenten. Hierin werd het verzoek gedaan om in de oorlogsfilms een inleidende tekst te plaatsen waarin bij het publiek werd aangedrongen op een onpartijdige houding. Bovendien werd geadviseerd om bepaalde gruwelijke scènes met reserve te behandelen (19).

De locale autoriteiten waren echter niet bereid om te wachten tot deze vrijwillige censuur eventueel effect zou sorteren. Politiecommendant David A. White vreesde voor onregelmatigheden in San Fransisco: in augustus 1914 werden alle oorlogsfilms verboden.De locale filmvertoners gingen echter in protest met als gevolg dat het verbod werd beperkt tot de Europese oorlogsfilms. Bioscoopeigenaar Stillwell nam ook hiermee echter geen genoegen. Hij vertoonde FAITHFULL

UNTIL DEATH, een speelfilm over de oorlog van 1870-71 (20). Het definitief oordeel over de zaak geeft aan hoe machteloos de autoriteiten waren inzake het verbod van de oorlogsfilms. Aangezien de politie alleen op basis van morele criteria censuur mocht uitvoeren en de oorlogsfilms niet hieronder vielen, werd iedere vervolging uitgesloten (21). De redactie van Motion Picture News sloot zich volledig hierbij aan. Het eigen belang van de filmvertoner was, volgens het blad, een voldoende waarborg voor orde en rust in de bioscoop (22).

Het gevolg was dat de censuur van de oorlogsfilms waarschijnlijk weinig effectief was. De controle op de oorlogsfilms in Los Angeles was bijvoorbeeld het werk van de filmvertoners en beperkte zich tot gefingeerde oorlogsfilms. Authentieke opnamen hadden, naar men zei, een educatieve waarde, omdat ze de verschrikkingen van de Europese oorlog lieten zien (23). In New York trok het verantwoordelijke licentieburo met veel ornaat ten strijde tegen de oorlogsfilms. Maar liefst vijftig inspecteurs bezochten de bioscopen: de films mochten op straffe van het intrekken van de vergunning geen voorkeur voor een oorlogsvoerende partij uitspreken (24). Hoeveel filmvertoners zich aan deze regel hielden is niet bekend. Het ontduiken van het reglement kon echter zeer winstgevend zijn. CALLED TO THE FRONT werd simpelweg buiten de stad vertoond waar de autoriteiten geen bevoegdheden hadden. Volgens Variety zorgde de vertoning voor een recordopbrengst (25).

De censuur in New York richtte zich vooral op een oorlogsfilm getiteld THE ORDEAL. Deze zaak werd al snel van algemeen belang voor de Amerikaanse filmwereld. De inhoud van de film betrefts de belevenissen van een jonge Fransman die weigert dienst te nemen in het leger. In een droom ziet hij zichzelf terug als soldaat. Nadat de Duitsers zijn dorp hebben bezet, ondervraagt een brute generaal (die verdacht veel op de keizer lijkt) de jongeman. Hij wil echter niet zeggen waar zijn kameraden zich verborgen houden. Om het verhoor de nodige kracht bij te zetten worden aan het einde van de film zijn ouders en zijn vriending geëxecuteerd. THE ORDEAL was, volgens Variety en Moving Picture World, dusdanig partijdig dat een verbod op zijn plaats leek (26). De kamer van de Duits- Amerikaanse Koophandel had bovendien een protestbrief geschreven aan de National Board os Censorship (27).

De filmproducent die beweerde dat de film niet meer dan een droom was, verklaarde hierop dat het Ministerie van Buitenlandse Zaken de film had goedgekeurd. Hij had persoonlijk overleg gepleegd met de Staatssecretaris Robert Lansing (28). In werkelijkheid echter ontving hij een schriftelijke mededeling dat het ministerie niet bevoegd was tot filmcensuur (29). De producent won aldus tijd om de première in New York te regelen. Maar het licentieburo greep reeds na een week in: de bioscoopeigennaar werd verzocht om de vertoning te staken. Na overleg met de National Board of Censorship had het buro de film veroordeeld als partijdig en gevaarlijk voor de openbare orde (30).

De zaak kwam voor het gerechtshof van de staat New York. Eind november 1914 stelde rechter Davis de locale autoriteiten in het gelijk. De betekenis van de uitspraak grijpt direct terug op op de omstreden censuur van oorlogsfilms in Sam Fransisco. Of, zoals Moving Picture World schreef: "This establishes the claim that the police powers of the city extend, not alone to pictures or plays that are obscene or immoral..., but include also pictures or plays which are believed to be against public policy" (31).

De precedentwerking die uitging van dit besluit was echter van korte duur. Het filmbedrijf werdop 26 mei 1915 door het federaal gerechtshof in het gelijk gesteld. De uitspraak van rechter Whitaker vond enkele weken na de ondergang van de Lusitania plaats en werd hierdoor waarschijnlijk in sterke mate beïnvloed. De speciale bezwaren van Duits- Amerikanen tegen de film hadden, volgens Whitaker geen juridische betekenis. Zij zijn een Amerikaans burger of niet. Volgens de rechter én het licentieburo in New York kwam het verzet slechts uit buitenlandse kringen (32).

Voor de Amerikaanse filmindustrie betekende het besluit dat de censuur van oorlogsfilms een willekeurige aangelegenheid bleef. De National Board of Censorship lijkt zich vanaf 1915 zelfs aanmerkelijk meegaander te hebben opgesteld. De adviseur van de organisatie legde in de New York Times uit waarom men zich zoveel mogelijk afzijdig hield van de oorlogsfilms: "What, pray, is war if it is not terrible! The faithful presentation of some details of close fighting should be shown to Americans to satisfy them that it is far from a game of ping-pong" (33).

IV DE AMERIKAANSE FILMCORRESPONDENT IN EUROPA, 1914-1917

4.1 INLEIDING

De eerste wereldoorlog betekende volgens Philip Knightly, in zijn boek over de geschiedenis over de oorlogscorrespondentie, het einde van een gouden tijdperk. De meeste militaire conflicten vóór 1914 speelden zich af in afgelegen, exotische omgevingen. Dit was de tijd van de fameuse charge van de Light Brigades en de aanval van Teddy Roosevelt's Rough Riders op San Juan Hill tijdens de Spaans-Amerikaanse oorlog. De correspondenten waren op de eerste plaats literair onderlegd: zij schreven niet zozeer journalistieke berichten alswel kleurrijke verhalen die gretig aftrek vonden bij het publiek. Deze omstandigheden leidden vaak tot een mateloze legendevorming in de pers. Zeer illustratief in dit verband is het merkwaardige gedrag van commandant Baden-Powell (later de leider van de Britse Boy Scouts) tijdens het beleg van Mafeking in de Boerenoorlog. Powell liet zich zonder slag of stoot omsingelen door de Afrikaners en besteedde zijn aandacht aan zaken als het jureren van een babyshow. Zijn laconieke berichten uit de belegerde stad bevatten weinig nieuws, maar werden door de Britse pers vol bewondering geciteerd: " All well. Four hours bombardment. One dog killed " (1).

De Europese oorlog van 1914-1918 was evenmin zonder de nodige mythes. Daarvoor zorgden onder meer propaganda instanties als het Franse Bureau de la Presse die de berichtgeving verzorgden met gruwelverhalen over het wangedrag van de Duitse tegenstanders. Maar voor de correspondenten werd de kans op een nauwkeurig en actueel verhaal voor het eerst op grote schaal aanzienlijk bemoeilijkt. Vooraanstaande militairen als Kitchener waren in 1914, veelal gedreven door een extreme afkeer van journalisten (" Out of my way, you drunken swabs " (2)), vastbesloten om geen correspondenten aan het front toe te laten. Reeds in de eerste dagen van de oorlog werd op alle persberichten een stringente militaire censuur geplaatst.

Voor de Amerikaanse filmcorrespondent betekende de oorlog een extra zware last. Hij riskeerde niet alleen arrestatie, maar ook een standrechtelijke executie wegens vermeende spionage activiteiten. Zijn zware apparatuur maakte het bovendien niet gemakkelijk om op deze gevaren alert te reageren. Toch kwam hij naar Europa toe, aangemoedigd door de belangstelling van het thuispubliek voor oorlogsfilms, het avontuur en (zoals bij Edwin Weigle en Donald Thompson - over hen later meer) het persoonlijk prestige dat het werk met zich mee bracht.

Welke resultaten werden door de fotografen geboekt? En: welke invloed hadden de omstandigheden aan het front op de actuele nieuwswaarde van hun films? Allereerst worden de belangrijkste bioscoopjournaals behandeld. Vervolgens komen de prestaties van de Chicago Tribune aan de orde, mede als voorbeeld van de wijze waarop oorlogsfilms door vooraanstaande Amerikaanse bladen werden geexploiteerd. Tenslotte wordt ingegaan op een afzonderlijk nieuwsfilmbedrijf, de American Correspondent Film Company. De propagandistische connecties van deze organisatie met de Centrale mogendheden worden in hoofdstuk 6.2. besproken. In dit gedeelte valt, zoals gezegd, de nadruk op de prestaties en werkwijze van de Amerikaanse cameraman aan het front in Europa.

In writing to advertisers please mention "THE MOTION PICTURE NEWS"

"WAR! WAR! WAR!"

Augustus 1914: de Europese oorlog is een paar weken oud en de Amerikaanse filmbedrijven spetteren er lustig op los met extravagante advertenties - het in beeld gebrachte strijdgewoel zal men eerder in de publiciteit dan in de films zelf kunnen aantreffen.

Advertentie in: Motion Picture News (22 augustus 1914), pag. 3.

4.2 DE BIOSCOOPJOURNAALS

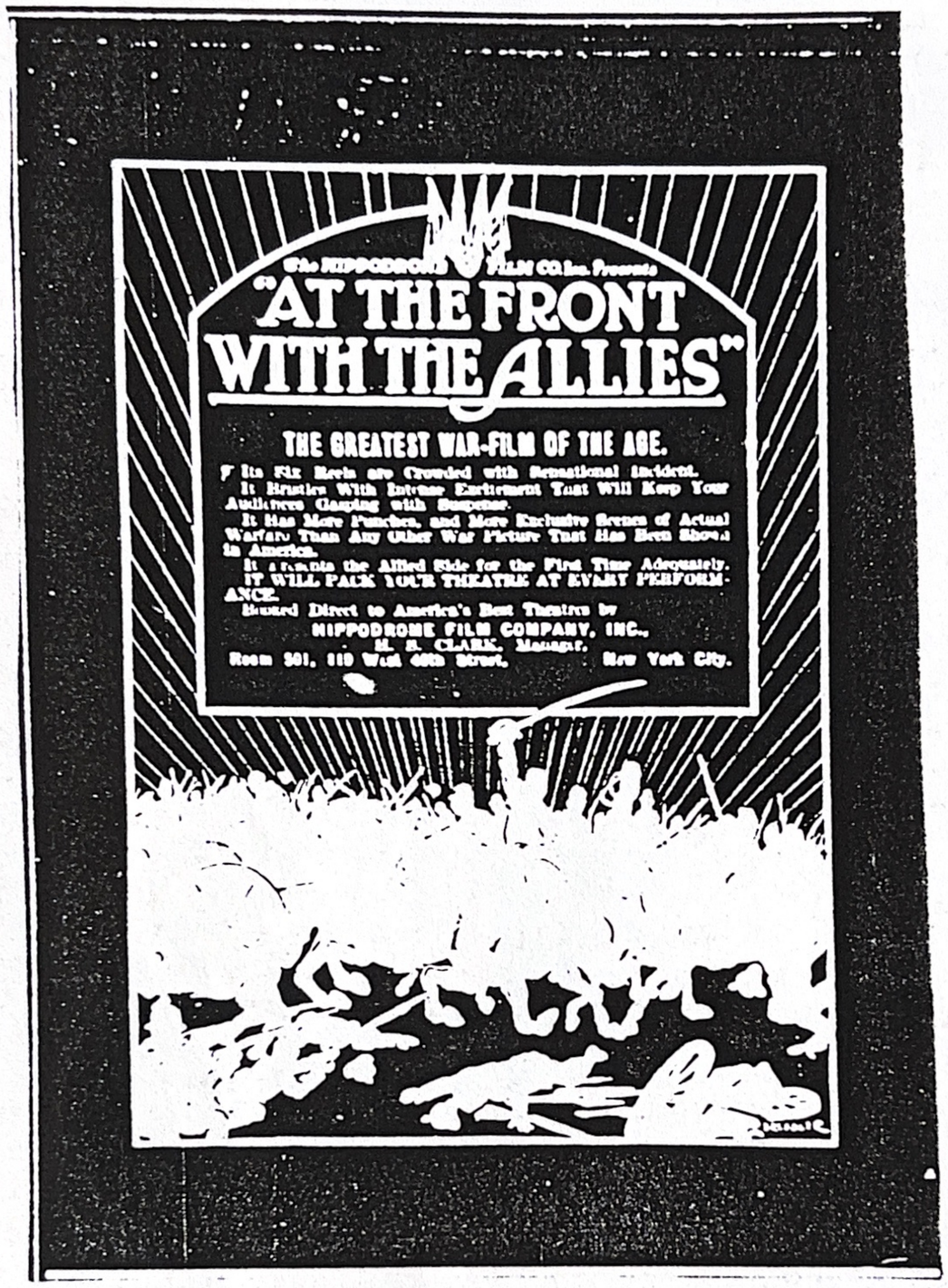
4.2.1 ALGEMENE INLEIDING

"From the standpoint of the only possible advantage, that of pictures for exhibition , this war has been the hardest subject to take which has ever been attempted"
- Paul Gulick, "The War's Effect on Movies" in: Billboard 19 december 1914, pag. 44.

De Amerikaanse nieuwsfilmbedrijven gingen met optimistische verwachtingen de oorlog in. Nog voordat de eerste actuele filmopnamen uit Europa waren aangekomen, teisterden de publiciteitsschrijvers de filmvakbladen met hun veelbelovende advertenties. Het oorlogsgeweld werd hierin vaak op expliciete wijze afgebeeld. Pathé News maakte bijvoorbeeld gebruik van speciale oorlogsbulletins waarin geschreven stond: "Camera news is the only news which nobody in the world can contradict (sic!) ... WAR NEWS; it's the best news to be had.... yes, it's THE PATHÉ DAILY NEWS" (zie illustratie). De publieke belangstelling voor de oorlog kon, zoals men wist, op doeltreffende wijze gebruikt worden als advertentiemiddel voor het eigen bioscoopjournaal. Toen het Hearst - Selig journaal in maart 1914 van start ging, ontleende het bedrijf de nodige 'pep' in de filmadvertenties aan de oorlog in Mexico ("Whizz! Bang! Smash!"). De slogan waarmee het journaal de Europese oorlog inging was al even ondubbelzinnig van karakter: "First in War, First in Peace, First in Popularity" (3).

De belangstelling van een groot deel van het Amerikaanse bioscooppubliek voor de Europese strijd werd destijds in belangrijke mate gevoed door het romantische beeld van een oorlog: schetterende trompetten, wapperende vaandels en de infanterie die in een vaste slagorde door de witte kruitdampen optrok. Natuurlijk stierf de "drummer boy" in de armen van zijn officier en gaf de garde zich nooit over. De populaire herinneringen aan de Amerikaanse Burgeroorlog hadden een sterke invloed op dit beeld; in 1913 bereikte de produktie van speelfilms over de Burgeroorlog een recordaantal dat sindsdien niet meer is geëvenaard (4). De Europese oorlog bleek echter, ook voor het Amerikaanse bioscooppubliek, vaak niet te voldoen aan de gestelde verwachtingen. De toeschouwers zagen beelden van een oorlog die in de ogen van velen niet opwindend genoeg bleken te zijn: ruïnes, het vervoer van munitie, marcherende troepen en andere , vergelijkbare gebeurtenissen achter de frontlijn. Waar waren de gevechtsopnamen die men zo goed kende van de speelfilms? De Britse cameraman Cherry Kearton was als één van de eerste fotografen in België en zag de acties van dichtbij. Hij moest enigszins teleurgesteld vaststellen dat de soldaten niet met omhooggeworpen armen in een dramatische pose sneuvelden. De witte kruitdampen in de speelfilms bleken evenmin te stroken met de realiteit. In werkelijkheid werd kruit gebruikt dat geen rook afgaf om zodoende niet de posities aan de vijand bekend te maken (5).

Het misleidende beeld dat velen in 1914 hadden van een oorlog was over het algemeen van invloed op de presentatie van de nieuwsfilms. De beelden van de oorlog moesten, volgens de redacteurs van de bioscoopjournaals , op de eerste plaats spannend zijn. De actuele nieuwswaarde stond aanmerkelijk lager op de prioriteitenlijst. Paul D. Hugon, redacteur van het grote Pathé News filmbedrijf (1915-1916), stelde zich op het standpunt dat de opnamen niet gefingeerd mochten worden. Het publiek wilde echter, volgens hem, wel degelijk de werkelijke gevechten zien. Bij wijze van compensatie voor de weinig indrukwekkende beelden kwam hij tot de volgende oplossing: "Rather underline what you want them to see and put plenty of strong descriptive subtitles over it" (6). Deze aanpak werd, zoals later nog zal blijken, overgenomen in de officiële Amerikaanse propagandafilms van het Committee on Public Information.



"THE CHARGE OF THE LIGHT BRIGADES ANNO 1916"

Of: Wat Amerikaanse filmbedrijven deden om documentaires over de Europese oorlog aantrekkelijk te maken.

Avertentie in: Billboard (18 maart 1916), pag. 170.

Het gevolg van deze houding was dat veel oorlogsfilms op een weinig realistische wijze werden gepresenteerd. De afbeeldingen in de advertrenties doen soms eerder aan een speelfilm dan aan een documentaire denken. AT THE FRONT WITH THE ALLIES (1916) bijvoorbeeld, liet onder meer opnamen van de Russische vloot in de Zwarte Zee en de beschieting van de Türkse scheepvaart en kuststeden zien. "The Picture That Shows War As It Is", beloofde het filmbedrijf (7). De advertentie in Billboard liet echter een heroïsche aanval van de cavalerie zien die nog het meest doet denken aan de Krimoorlog. De inhoud van deze film was waarschijnlijk eveneens van dubieuse afkomst. Alhoewel de producent melding maakte van een eigen cameraman, lijkt de film zeer sterk op een opgepoetste versie van Pathé's THE HORRORS OF WAR. Niet alleen de scènes van de vloot in de Zwarte Zee maar ook enkele nogal gruwelijke beelden van grote aantallen gesneuvelde soldaten aan het Russische front kwamen in beide oorlogsfilms voor. In de publiciteit voor THE HORRORS OF WAR werd de film onder meer door de fabrikant Henry Ford aangevoerd als een pleidooi voor vrede (8). Enkele maaden later verschenen de beelden in een voor Amerika meer conventionele verpakking, namelijk als een spannende oorlogsfilm.

Het dramatiseren van de nieuwsfilms kon op verschillende manieren gebeuren. Met behulp van titels, muziek en advertenties werd de presentatie van de oorlog geregeld. Exacte gegevens over het daadwerkelijk in scène zetten van gebeurtenissen voor de camera zijn niet bekend. Zeker is in ieder geval dat met name de obscure bedrijven die in de eerste oorlogsmaanden films uitbrachten, in aanmerking komen voor het nodige wantrouwen. Het gebruik van Amerikaanse figuranten in THE KAISER'S CHALLENGE (september 1914) was in ieder geval dusdanig amateuristisch dat het effect volgens Variety zowel doorzichtig als belachelijk was (9). Desalniettemin waren de gefingeerde opnamen in veel gevallen niet als zodanig herkenbaar. De speciale effecten waren in 1914 al redelijk geavanceerd. Uit een artikel in Scientific American blijkt dat het tot ontploffing brengen van bedrade explosieven en de regie van massascènes met behulp van telefoon in de speelfilms over de Europse oorlog op grote schaal werd toegepast (10). Interessant in dit opzicht is het gebruik van modellen. Volgens Homer Croy kocht een vooraanstaand bioscoopjournaal (Pathé?) zonder het te beseffen in 1915 een gefingeerde film over de ondergang van de Lusitania aan. Het passagiersschip en het interieur van de Duitse onderzeeboot waren nauwgezet op schaal nagebouwd. De film deed volgens Croy zo realistisch aan dat niemand in het publiek zich bewust was van de getruceerde herkomst (11).

Het gebruik van spannende filmtitels of zelfs het in scène zetten van het oorlogsnieuws kon de gebrekkige prestaties van de filmbedrijven nauwelijks maskeren. Reeds in augustus 1914 bleek dat de militaire autoriteiten in Europa niet bereid waren om camera's toe te laten aan het front. Eén van de eerste berichten kwam van de Britse cameraman Evan Strong uit Brussel. De stad werd direkt na de oorlogsverklaring onder staat van beleg geplaatst. Strong durfde Brussel niet te verlaten maar zelfs binnen de stadsmuren liep hij gevaar. In een indrukwekkende brief schreef hij: "To try and take a picture was to risk death. The camera was the badge of a spy, and the mob would tear a suspect limb from limb if the guards did not arrest him first. If the former was hazardous, the latter was decidedly unpleasant" (12). De afkeer van fotografen was volgens Strong dudanig sterk dat het filmen van het militaire etappegebied in de toekomst al een aanzienlijke prestatie zou zijn.

De berichten uit Parijs waren evenmin bemoedigend. Op 6 augustus 1914 schreef John Cher, de correspondent van het Britse blad The Bioscope, over de ambitieuse plannen van een Amerikaans filmjournaal dat ondanks de hoge kosten Franse fotografen aantrok voor het maken van frontopnamen (13). Al in zijn volgende brief was sprake van stringente miltaire maatregelen die het werk van de cameraman praktisch onmogelijk maakten. Cher verwachtte dat de fotografen constant door minstens twee officieren zouden worden begeleid (14). De situatie bleek zelfs al snel hinderlijker te worden; op 19 augustus berichtte

de correspondent van Moving Picture World dat in Parijs een filmcensuur was ingesteld. De opname en vertoning van oorlogsfilms werd tot nader bericht verboden. Het leger van fotografen moest vanaf dat moment werkeloos het verloop van de strijd afwachten (15).

Het is mijn bedoeling om, na deze algemene inleiding, een overzicht te geven van de belangrijkste prestaties van de Amerikaanse bioscoopjournaals. De nadruk zal daarbij vaak op het eerste oorlogsjaar komen te liggen; naarmate de Europese oorlog een immobiel karakter kreeg, werd het moeilijker om actuele én aantrekkelijke filmopnamen te maken. Het net van de censuur en van de militaire controle werd vooral na de val van Antwerpen strakker aangetrokken rondom de filmcorrespondenten. Zonder een officiele toestemming van de Generale Staf was het welhaast onmogelijk om het front te bereiken.

4.2.2 UNIVERSAL ANIMATED WEEKLY

De werkzaamheden aan het Europese front van dit filmjournaal zijn over het algemeen redelijk goed gedocumenteerd. Ondanks het hoge sterftecijfer in de Amerikaanse nieuwsfilmwereld was de Animated Weekly (1912-1967) één van de meest levenskrachtige journaals. In januari 1914 beschikte het bedrijf over ongeveer 150 fotografen in de Verenigde Staten en Canada (16).Het merendeel bestond waarschijnlijk uit freelance wernemers die hun salaris ontvingen al naargelang de lengte van het filmmateriaal dat werd aangekocht. De redakteur en zakelijk direkteur was Jack Cohn die vanuit New York de activiteiten van het bedrijf regelde. Iedere vaste cameraman had zijn eigen werkterrein. U.K. Whipple fungeerde bijvoorbeeld als chef van de cameraploeg die in het oosten werkte. Het journaal was vooral goed georganisserd aan de west kust waar de studio's van Universal stonden (17).Ruimonvoldoende echter was de organisatie in het buitenland: geen artikel in de vakpers vermeldde een vaste cameraman die vóór 1914 in Europa was gestationeerd.

Het direkte gevolg van dit gebrek was dat het journaal, toen de oorlog uitbrak, diep in het archiefmateriaal moest duiken. Animated Weekly no. 126 (5 augustus 1914) laat bijvoorbeeld onder meer cavalerie oefeningen teeere van de Duitse kroonprins zien. Bovendien wordt het bezoek van het Britse vorstenpaar aan president en madame Poincaré opnieuw vertoond (18). De volgende week zag het bioscooppubliek de Britse hoogwaardigheidsbeklederś merkwaardig genoeg op bezoek bij de Duitse keizer (19). Zoals uit de recensies valt op te maken was de redaktie tevergeefs op zoek naar opnamen die betrekking hadden op de oorlog. Tot aan de week van 9 september 1914 werden geen actuele films uit Europa vertoond. Deze tekortkomingen werden voorlopig gecompenseerd met louter illustratieve (sfeer) beelden van bijvoorbeeld het bezoek van de Tsaar aan Duitsland en recruteringsscènes uit Swinemunde van voor de oorlog. Het meest actueel waren de beelden van dichtbij huis. De camera's van het filmjournaal betrapten de Britse hulpkruiser Caronia vlakbij Sandy Hook. Op volle zee werd onder meer de arrestatie van een Duitse reservist gefilmd. Deze opnamen werden mogelijk gemaakt doordat de bemanning van het schip werd afgeleid met Britse kranten die aan de matrozen werden overhandigd. De film baarde veel opzien in de vakpers en werd later eveneens door het bioscoopjournaal Mutual Weekly onder eigen naam vertoond: dit keer waren het de camera's van Mutual die de scène zouden hebben gefilmd. Het (illegaal?) copïeren van opmerkelijke nieuwsbeelden kwam mede uit publiciteitsoogpunt regelmatig voor (20).

Op 22 augustus 1914 maakte Universal bekend dat een cameraploeg bewapend de nodige aanbevelingsbrieven naar het Europese front was gestuurd (21). Het bericht bereikte eveneens Londen. De vertegenwoordiger van Universal in Engeland, John D. Tippett, schreef aan president-direkteur Laemmle een alarmerende brief waarin hij het advies gaf om zeer voorzichtig te zijn. De omstandigheden aan het front maakten het volgens Tippett

praktisch onmogelijk om te filmen. De lange afstandsbeschietingen die, ondanks de voorliefde van het publiek voor persoonlijke gevechten, typisch waren voor de Europese oorlog, konden nauwelijks in beeld worden gebracht. Het gebruik van een telelens trok bijvoorbeeld vijandelijk vuur aan: de tegenstander vermoedde dat er sprake was van een nieuw soort wapen. Het ergste echter, was de brute militaire behandeling van fotografen:"I understand many of them have made a practice of killing any person caught with a camera, irrespective of who he is "(22). Tippett was ervan overtuigd, dat alle zogenaamde oorlogsfilms die in de Verenigde Staten vertoond werden, in scene waren gezet.

De prestaties van het filmjournaal van Universal leken inderdaad, ondanks alle moeite, zeer mager. De fotografen werden, volgens Ernest A. Dench, behandeld als spionnen. Eén cameraman werd na arrestatie gedwongen om gedurende 5 uur met het gezicht naar de muur te staan, terwijl hij een bajonet in de rug voelde steken. Twee collega's hadden aanvankelijk meer geluk. Zij bereikten het front en filmden een Duitse cavalerie aanval. Een verdwaalde kogel maakte echter een voortijdig einde aan de eerste camera. Het tweede apparaat viel later in handen van een politie agent (23). Het uiteindelijke resultaat van drie weken werk bestond uit een korte film van ongeveer drie minuten over het wegvoeren van Duitse krijgsgevangenen na afloop van de gevechten bij Luik. De film werd in de persoonlijke bagage van de echtgenote van de zakelijk directeur Graham naar Amerika gesmokkeld (24).

Gedurende september en october 1914 was sprake van een kortstondige verbetering in de prestaties. Animated Weekly no.136 toonde de Belgische verdediging van Leuven, nadat de stad door het Duitse leger werd bezet (25). Nummer 134 liet de eerste actuele beelden uit Berlijn zien: buitgemaakte artilleriestukken worden tijdens een militaire parade rondgereden door de stad (26). De opnamen gaven over het algemeen een uiterst kort en fragmentarisch beeld van de oorlog. Typisch voor de meeste journaals was met name de monotone indruk die werd gewekt met illustraties van de " gebeurtenissen achteraf " : ruines, vluchtelingen,de verzorging van gewonden, inspecties. Dergelijke onderwerpen hadden het voordeel dat de fotograaf makkelijker in staat was om de gebeurtenis in beeld te arrangeren. De volgende filmtitels uit Animated Weekly no 128 (28 oktober 1914) geven een indruk van het standaard karakter van de meeste opnamen ; Retreating From Antwerp; Armored Car Returning With War Trophies; Motor Scouts From Firing Line ; Belgian Red Cross Caring For Wounded;Termonde Bridge after German Bombardment " (27). Het moet voor de gemiddelde kijker zeer moeilijk zijn geweest om met deze titels enige kennis over de achtergrond van de gebeurtenissen uit de film te halen. De opnamen fungeerden waarschijnlijk als illustraties.

De Universal Animated Weekly zorgde in januari 1915 voor een primeur met beelden over de eerste beschieting van de Duitse Marine op de Britse Kuststeden Hartlepool en Scarborough. De films moesten, alweer, in het geheim uit Europa worden verscheept (28).De rol van het bioscoopjournaal was, als gevolg van de gebrekkige connecties met de autoriteiten in Europa, echter al snel uitgespeeld. Het oorlogsnieuws werd vanaf het voorjaar van 1915 achterin het journaal geplaatst.De meeste beelden waren afkomstig uit Engeland en lieten routine onderwerpen als Koninklijke bezoeken en krijgsgevangenkampen zien.De meer interessante frontopnamen werden vanaf dat moment uitgebracht door bioscoopjournaals met een betere internationale organisatie dan de Universal Animated Weekly.

4.2.3 PATHE WEEKLY

Dit Amerikaanse bioscoopjournaal vormde een onderdeel van één van de grootste, internationale filmbedrijven: Pathé Frères Inc. Met de vele filialen in Europese steden kon het bedrijf zorg dragen voor een snelle verzending van nieuwsfilms. Het Amerikaanse nieuwsfilmbedrijf beschikte bovendien over een grote,permanente staf van 37 fotografen. De organisatie maakte het zelfs mogelijk dat Pathé News als eerste filmbedrijf in de Verenigde Staten een dagelijks journaal op de markt bracht (29). Het algemeen beleid van de president- directeur Charles Pathé richtte zich in deze tijden op het afstoten van de produktiewerkzaamheden. De nadruk kwam te liggen op de distributie van onafhankelijke films. In mei 1914 brak Pathé dan ook het contract met Patents Company af. De 'trust' werd beschuldigd van het benadelen van het Pathé journaal (30). Het besluit om de nieuwsfilm zelfstandig uit te brengen paste in de beleidslijn die was gericht op filmdistributie. Al in 1913 was daartoe een speciale dochteronderneming opgezet: The Eclectic Filmcompany. Voor Pathé News had de breuk met de Patents Company echter bijna rampzalige gevolgen. Het filmbedrijf bleek namelijk niet over voldoende distributiemogelijkheden te beschikken om de korte films, waaronder het journaal, op eigen kracht te exploiteren. In het najaar van 1914 stond Pathé, dat voor de oorlog het grootste filmbedrijf in Amerika was, onverwachts snel aan de rand van de financiële afgrond (31).

De crisis in het filmbedrijf vond zijn weerslag in de recensies van de vakbladen. Na de Pathé Weekly no. 48 (5 augustus 1914), waarin de gekroonde hoofden van Europa als inleiding op het oorlogsdrama werden getoond, heb ik tot december 1914 geen vermelding van dit belangrijke journaal aangetroffen (32). Het meest vermeldenswaardig zijn de beelden van het Belgische front, die in de vorm van een aparte film, door Eclectic werden uitgebracht: WAR STRICKEN LOUVAIN. Het camerawerk was afkomstig van de reeds genoemde Brit Cherry Kearton. Het was de fotograaf gelukt om met zijn camera langs de militaire controle posten in België te komen. Zijn apparaat, een Aeroscope, werd aangedreven op luchtdruk een een speciaal mechanisme zorgde voor een automatische stabilisering. Om deze redenen was geen driepoot nodig en kon Kearton het apparaat onder zijn regenjas verbergen. WAR STRICKEN LOUVAIN opende met beelden van de Belgische verdediging in de voorstad Tirlemont. Vervolgens werden onder meer scènes vertoond van de angstige vluchtelingen op het station, het werk van het rode kruis en de militaire voorbereidingen kort voor het Duitse beleg van Leuven (33).

In december 1914 maakte Pathé bekend dat het bedrijf door de Franse regering officieel was aangesteld voor het fotograferen van de Europese oorlog. Geheel onverwachts kwam dit bericht niet: Het Amerikaanse filiaal had van oorsprong een sterke band met Parijs, waar het hoofdkantoor van de organisatie was gevestigd. Interessant vooral is de reactie van het bericht in de New York Sun, dat de Express Film Company, een onderdeel van Pathé, officiële toestemming had gekregen om aan het Duitse front te filmen: "Such an arrangement, they say, may have been made with a German film company bur certainly not with any cennection of theirs " (34).

De aankondiging van Pathé was enigszins voorbarig. Pas in april 1915 gaf het Franse Ministerie van Oorlog de noodzakelijke toestemming aan Pathé en twee andere Franse filmbedrijven. Dit werd mogelijk gemaakt door de aanstelling van officiële militaire fotografen aan het front. Bovendien was Pathé in december 1914 waarschijnlijk nog niet in staat om de oorlogsfilms zelfstandig uit te brengen op de Amerikaanse markt. De reorganisatie van het distributiebedrijf was nog in volle gang. In januari 1915 kondigde Charles Pathé op een Persconferentie in New York de oprichting aan van een nieuw bedrijf, Pathé Exchange, dat Eclectic verving. Als vice- president en zakelijk directeur van zowel Pathé exchange als het als het Amerikaanse produktiebedrijf werd Felix Malitz aangesteld (35). Zijn taak betrof de organisatie

van een nationaal distributienetwerk dat eveneens de exploitatie van de korte films mogelijk zou maken. Alhoewel Malitz, die in 1876 in Brandenburg geboren was, niet uit de filmwereld kwam, was hij twaalf jaar lang actief geweest als directeur van een Frans bedrijf. Vooral zijn organisatorisch talent werd in Motion Picture News geroemd; het blad noemde hem zelfs de " Guiding Spirit of Pathé " (36). Felix Malitz , een Duitse zakenman , was inderdaad verantwoordelijk voor het hoognodige herstel van de schade. In maart 1915 bezit Pathé Exchange reeds 22 distributiefilialen in de Verenigde Staten (37).

Het verhaal neemt nu een verrassende wending aan. In april 1915 werd Malitz, ondanks zijn hoge posities, bij Pathé ontslagen. Over de redenen bestaat enige onduidelijkheid. Malitz zelf beweerde naderhand :" (I)was compelled to give up these positions, which were controlled by French interests, on account of my German origin, in spite of having declared my American citizenship " (38). De versie van Pathé is niet bekend. Het is echter hoogst opvallend, dat het moment waarop Malitz zijn ontslag kreeg, samenviel met de overeenkomst ten aanzien van de officiële Franse oorlogsfilms. De indruk bestaat al met al, dat Malitz ondanks zijn werk voor Pathé uit veiligheidsoverwegingen terzijde werd geschoven. Het ontslag had in ieder geval tot gevolg dat hij binnen één maand tijd oversprong naar het kamp van de tegenstanders. Malitz werd vicepresident van de American Correspondent Film Company, een bedrijf dat werd gecontroleerd door Duits- Oostenrijkse belangen en tot doel had filmpropaganda in het neutrale Amerika te bedrijven (zie hoofdstuk 5.4 en 6.2).

Pathé plukte, ironisch genoeg, de vruchten van het werk dat onder malitz was uitgevoerd. Vanaf januari 1915 werden weer bioscoopjournaals uitgebracht. De volgende recensie in Moving Picture World van Pathé News no.87 geeft een indruk van het oppervlakkige oorlogsnieuws uit die tijd: " Animated Map of Unsuccesfull Attack on Paris; How Beautiful Buildings Were Destroyed; Prince of Wales Goes To The Front ;French Cavalry Horses Shipped To The War Zone----" (39).

Aanmerkelijk interessanter op dat moment waren de werkzaamheden van Pathé aan het Oostelijk front. In januari 1915 werd bekendgemaakt, dat het bedrijf officiële toestemming had gekregen om aan het Russische front te filmen (40). Het hoofdkantoor koos voor dit werk George Ercole uit,een jonge cameraman van Iers-Franse afkomst. Ercole was, net als Donald Thomson, in België tijdens de Britse verdediging bij Mons, maar zijn werk verliep allesbehalve gemakkelijk. Een Britse majoor dwong hem uiteindelijk ,op straffe van een executie, om te vertrekken. Geen enkele film zag dan ook het daglicht. Ercole's verblijf in Rusland was beter geregeld: de autoriteiten stelden een speciale treincoupé voor de cameraman beschikbaar en hij was in het bezit van de nodige papieren om iedere sector van het front te bezoeken. Hij filmde ondermeer het Russische beleg van Przemysl (maart 1915). Ercole raakte in Tarnow, aan de voet van de Karpaten, gewond toen het station getroffen werd door een granaat. De Tsaar onderscheidde hem voor zijn moedig optreden met het Kruis van Ridder St.Joris.Eind 1915 werd Ercole toegewezen aan de Russische vloot in de Zwarte Zee; hij filmde onder andere de beschieting van de Turkse fortificaties aan de Bosporus (41) .

De opnamen uit het Zwarte Zeegebied werden in 1916 door Pathé uitgebracht onder de titel THE HORRORS OF WAR (zie boven). Het bioscoopjournaal van het bedrijf liet in 1915 eveneens beelden zien van het Russische front. De infanterie aanval, die Ercole zou hebben gefilmd toen hij gewond raakte, werd echter(uit militaire overwegingen ?) niet vrijgegeven (42) . De beelden van het Russische front bleven over het algemeen, ondanks de speciale privileges van Pathé, vrij schaars en bevatten weinig actuele informatie. Pathe News no.47 (7 juni 1915)bijvoorbeeld, liet het bezoek van de Tsaar en groothertog Nicolaas aan een geëvacueerd Pools dorp zien. De redacteur van Pathé News in die tijd, Paul D.Hugon, was zich, zoals gezegd, bewust van het standaardkarakter van dergelijke onderwerpen. Om de film aantrekkelijk te houden, maakte hij gebruik van pakkende titels die overigens nauwelijks

informatief waren. Dit bioscoopjournaal geeft hiervan een goed voorbeeld. De titels, zoals weergegeven in Moving Picture World, zijn onder meer: "The Grand Duke, who is six feet and seven inches tall, is Russia's leading general. He has been called one of the greatest strategists who ever lived ..... The soldiers best friend - the soup kitchen". De film eindigde opmerkelijk genoeg met een gedicht: "Few, few shall part where many meet. The snow shall be their winding sheet. And every sod beneath their feet. Shall be a soldier's sepulchre" (43).

In juni 1915 kondigde Pathé de eerste offiviele Franse oorlogsfilms aan. De censuur werd volgens de advertenties op last vande militaire autoriteiten door een speciale filmafdeling van de Franse Kamer van Koophandel uitgevoerd (44). Opmerkelijk is de onverholen wijze waarop Pathé deze procedure beschreef. Voor de filmindustrie betekende de militaire censuur op de eerste plaats een garantie dat de opnamen niet in scène waren gezet. De eerste officiele film werd in Pathé News no. 39 vertoond en bestond voornamelijk uit close-up beelden van de Geallieerde generaals (45). In Pathé News no. 42 volgden opnamen van de Franse Alpentroepen vóór en na een offensief in de Vogezen (46). De officiele films brachten de oorlog waarschijnlijk iets dichter bij het publiek, maar uit de recensies valt op te maken dat de censuur de tendens in de films niet ongemoeid liet. De vertoning van de eerste Franse oorlogsfilms viel bijvoorbeeld samen met de aanloop naar de Italiaanse interventie in de oorlog aan de zijde van de Geallieerden. Pathé News liet regelmatig beelden zien van enthousiaste demonstraties in Italïe ten gunste van een oorlogsverklaring.(47) Het meest opvallend echter waren de opnamen van recruteringen en activiteiten in de Britse militaire industrie. De titelbeschrijvingen waren soms uiterst expliciet: "A striking example of the shirkers (ontduikers van militaire dienst) is furnished when witness a hero receiving his reward. A miner, who has won the Victoria Cross, is shown here being honored by his fellow-townsmen at Mansfield" (48).

De beelden van het front werden onder invloed van de officiele Franse oorlogsfilms enigszins meer gevarieerd van karakter. Sommige recensenten verwonderden zich bijvoorbeeld over het uitgebreide netwerk van loopgraven dat tot dan toe nog nauwelijks in beeld was gebracht (49). Specifieke gegevens over plaatsnamen en bewapening waren echter nadrukkelijk verboden. De bloemrijke titels in bijvoorbeeld Pathé News no. 50 (21 juni 1915)geven in dit verband een indruk van het verhaal dat ter compensatie van deze gebreken in de film werd geplaatst. De beschrijving gaf nauwelijks enige informatie af: "....A few miles away, higher up on the snow-clad mountains, the work op repairing military telephone lines broken by storms goes on continuously. Orders from headquarters continue to arrive in the valley throughout the day ..... The picturesque surroundings add a most impressive character to the Sunday celebrations of mass by a priest, who is also a soldier" (50). Aldus onderving de redaktie van het journaal in zekere zin het probleem van de censuur en kregen de beelden, mijns inziens,een toegevoegde amusementswaarde. Maar, bekeken op de actuele nieuwswaarde van de films, zijn de prestaties van Pathé ondanks de privileges aan het Russiche en Franse front over het algemeen teleurstellend.

4.2.4 HEARST/ SELIG NEWS PICTORIAL

Zoals in hoofdstuk II is beschreven, was de Hearst- Selig News Pictorial ontstaan uit een overeenkomst tussen filmproducent Selig uit Chicago en het persconcern van William Randolph Hearst. Een van de voordelen van dit bioscoopjournaal was de uitgebreide publiciteit die in de Hearst bladen aan het journaal werd gegeven. Deze aanpak vloeide voort uit het succes in 1912 van de eerste verfilmde vervolgverhalen in bladen als de Chicago American: in kranten artikels werd melding gemaakt van de filmbeelden over de beschreven gebeurtenis die binnenkort in het Hearst- Selig journaal zouden verschijnen. Het gevolg was niet alleen dat aldus de publieke belangstelling voor de films werd aangewakkerd. Een aanzienlijk deel van het lezerspubliek werd bovendien met behulp van het journaal vastgehouden. De achterliggende gedachte was immers: Read the stories first, then see the pictures. Een tweede belangrijke factor voor het succes van de nieuwsfilms van Hearst was de internationale organisatie. Achter de camera's stonden journalisten die deel uitmaakten van een groot persbedrijf met vertegenwoordigers onder meer in Europa (50). De persorganisatie bleef bovendien gedurende de oorlogsjaren verantwoordelijk voor de productie van het bioscoopjournaal. Pathé daarentegen, richtte zich steeds meer op de filmdistributie. Op 28 december 1916 werd het produktiewerk van Pathé News zelfs definitief stilgezet en ging het bedrijf over tot exploitatie (montage, ondertiteling en distributie) van het Hearst journaal (51). De organisatie van persmagnaat Hearst groeide, al met al, in 1914-1918 uit tot het meest productieve nieuwsfilmbedrijf in Amerika. Bovendien boekte het journaal op redelijk snelle wijze een aantal opmerkelijke resultaten met het filmen van de Europese oorlog.

De eerste gebeurtenissen aan het Westelijk front werden door het filmjournaal over het algemeen redelijk uitgebreid in beeld gebracht. Het bedrijf had zowel aan Belgische als aan Duitse zijde fotografen ingezet. J.C. Bee Mason, een Britse cameraman, volgde voor Hearst- Selig gedurende zes weken het Belgische leger (52). Hij werkte met een Aeroscope camera die, vanwege het ontbreken van de driepoot, aanmerkelijk handzamer was dan het gewone model. Voor de nodige stabiliteit van het beeld en persoonlijke bescherming werd het apparaat soms aan een boomstam bevestigd. Mason was vooral trots op een overzichtsopname van voorbijtrekkende Duitse troepen, die hij vanaf de top van een telegraafpaal had gefilmd. Over het algemeen lieten de zware camera's en de gevaren aan het front weinig mobiliteit toe: veel filmbeelden van de Eerste Wereldoorlog maken, mede door het ontbreken van een "zoom" lens, een statische indruk (53). De Brit vertelde dat de vrees voor spionnen in België zijn werk aanzienlijk belemerde. Het wantrouwen jegens de cameraman was, volgens hem, nog groter in Holland, alwaar angstvallig werd gewaakt voor de neutraliteit. Rondom een krijgsgevangenenkamp bij Groningen werd Mason constant gevolgd door een veldwachter op zijn fiets. De Nederlandse commandant van het kamp had het verzoek om de Britse gevangenen te filmen afgewezen. Met een list werd het verbod omzeild. Mason plaatste de camera op een steen en ging bovenop het apparaat zitten. Terwijl hij gemoedelijk de krijgsgevangenen toesprak, draaide de fotograaf aan de hendel en filmde de oefeningen van een groep Britse matrozen (54).

Op 28 september 1914 toonde het Hearst-Selig journaal de eerste beelden van de Duitse inname van Brussel (16 augustus 1914). De verantwoordelijke cameraman had toestemming gekregen van de Duise autoriteiten om vanuit Holland naar België te reizen. Dit was, zeker voor de eerste oorlogsmaanden, een opmerkelijk privilege. In de filmpubliciteit werd een zeer lovende beschrijving gegeven van het Duitse optreden:"They (de films) showed more than the marvelous equipment of the German troopers - they were evidence of the strikingly excellent morale of the Kaiser's soldiers who, as they passed the camera, laughed, smiled, joked and waved their hands in greeting" (55). Het journaal bracht op 3 september 1914, ruim drie weken na de feitelijke gebeurtenis, eveneens de meest actuele opnamen van de Belgische verdediging, in Amerika uit: het afscheid van Koning Albert van het Negende regiment

dat bij Luik zou worden vernietigd. In Waelhelm, vlakbij Antwerpen, wordt getoond hoe het leger zich voorbereidt op de Duitse aanval. Belgische soldaten vernietigen de huizen die het artillerievuur belemmeren (Hearst-Selig News Pictorial no. 56). Het journaal was eveneens verantwoordelijk voor de eerste én authentieke beelden uit Berlijn: een juichende menigte verzamelt zich voor het keizerlijk paleis en de reservisten worden opgeroepen (56). Alhoewel de films van Hearst-Selig enkele weken op de gebeurtenissen achterliepen waren de prestaties in Belgie zeer redelijk. In jauari 1915 werd het belangrijkste materiaal opnieuw uitgebracht in de vorm van een speciale nieuwsfilm getiteld HISTORY OF THE WORLD'S GREATEST WAR IN MOTION PICTURES. Opmerkelijk in deze film zijn de beelden van de omstreden Duitse beschieting van de kathedraal van Rheims, de bezetting van Leuven en (eveneens een primeur van Hearst-Selig) de Duitse verdediging in Oost Pruisen (57).

Bij de meeste filmjournaals was vanaf 1915 over het algemeen sprake van een aanzienlijke afname in beelden over de Europese oorlog. Hearst-Selig kon echter (vooruitlopend op de officiele Franse oorlogsfilms van Pathé) gebruikmaken van de connecties die reeds in Belgïe met de militaire autoriteiten waren gelegd. Aan het eind van 1914 vertrok cameraman A.E. Wallace naar Berlijn. Na aankomst ontving hij verscheidene aanbevelingsbrieven van de Duitse ministeries en zelfs de keizer toonde, naar verluidt, belangstelling voor zijn werk. Zijn brief aan de Selig Polyscope Company baarde veel opzien in Chicago omdat het niet was geopend door de censor; op de enveloppe stonden de woorden: "Approved by the Kaiser" (58). Wallace beschreef in zijn brief onder meer de problemen bij het filmen van de oorlog:"On several occasions my camera was mistaken for a new sort of rapid-fire gun, and it became necessary to instruct the new levies as to just what the motion picture camera was for. Notwithstanding this fact, the camera seems yet a shining mark for many sharp shooters. Two of my cameras have been rendered useless by shot and shell" (59). Wallace beschreef een probleem dat niet geheel nieuw was. De aantrekkingskracht die de camera uitoefende op vijandelijk vuur was inderdaad voor veel fotografen een wezenlijk probleem. De reden hiervoor lag niet alleen bij het algemeen gevoel van wantrouwen bij veel officieren tenaanzien van camera's of bij de opvallende grootte van de apparaten. Het was eveneens een kwestie van onwetendheid. Voor veel soldaten was de filmcamera nog een onbekend gegeven. Frappant in dit verband is de reaktie tijdens de Tweede Balkanoorlog van een gearresteerde spion die oog in oog kwam te staan met een filmcamera: hij viel smekend op zijn knieën uit vrees te worden geëxecuteerd (60).

Alhoewel de opmerkingen van Wallace zeer plausibel lijken, bevestigen de filmrecensies niet de door hem gewekte suggestie, namelijk dat hij in de vuurlinie filmde. Zijn verblijf aan het front moet zelfs van korte duur geweest zijn. De eerste beelden verschenen in de week van 4 januari 1915 en lieten voornamelijk militaire oefeningen in de Duitse kazernes zien (61). In het volgende nummer van het journaal werden inderdaad opnamen van het front vertoond. De onderwerpen hadden echter weinig nieuws of actie te bieden: de aankomst van kerstmisgeschenken voor de soldaten; artilleriegeschut wordt naar Berlijn gestuurd; de keizer bezoekt het front en poseert met leden van de Generale Staf voor de camera (62). De derde film van Wallace had een al even conventionele inhoud. Moving Picture World geeft de volgende beschrijving: "On the big drill field at Frankfurt 7,000 men are put through various drill manoeuvres. Various squads are seen marching, going through the manual of arms,the bayonet-drill, learning to jump ditches and climb fences ..." (63). De laatste film van Wallace tenslotte, toonde de Geallieerde krijgsgevangenen die eveneens aan het oefenen waren om fit te blijven (64). Over gevechtsopnamen of zelfs ook maar beelden van de eerste frontlijn heb ik niets aangetroffen. Het is niet uitgesloten dat de brief van Wallace vooral een advertentiewaarde had voor Hearst-Selig en daarom aan de vakpers werd overhandigd. Cameraman Wallace was waarschijnlijk de eerste

Amerikaanse filmcorrespondent die na de val van Antwerpen met een officiele militaire toestemming in Europa filmde. Zijn werk leverde waarschijnlijk echter weinig nieuws op. Opvallend daarentegen is het standaardkarakter van veel opnamen. De militaire oefeningen en poses van generaals behoren tot het soort filmnieuws dat een gearrangeerde indruk maakt en nauwelijks actueel genoemd kan worden.

Het Hearst-Selig journaal bleef zich gedurende de Amerikaanse neutraliteitsperiode voor een belangrijk deel richten op de Centrale mogendheden. De persoonlijke opvattingen van William Randolph Hearst zullen hierbij ongetwijfeld een rol gespeeld hebben. Zijn bladen behoorden volgens Peterson tot de weinige kranten die zich na de ondergang van de Lusitania (mei 1915) nog enigszins welwillend opstelden tegenover Duitsland. In de berichtgeving werd bovendien gebruikgemaakt van speciale correspondenties en perscommuniqué's. De meeste Amerikaanse bladen daarentegen namen via de persbureau's Reuter en Havas de Geallieerde berichten over (65). Maar ook filmproducent William Selig, die zichzelf in Moving Picture World verdedigde tegen de Britse aanklacht als zou de Amerikaanse filmwereld in Duitse handen zijn (66), onderhield connecties met de Centrale mogendheden. In de speciale dierentuin van de Selig Polyscope Company (een ideale plek voor publiciteitsstunts) werd op 11 juni 1916 zelfs een picknic georganiseerd ten behoeve van een Duits en Oostenrijks-Hongaars fonds voor gewonde soldaten (67).

Tot 1916 bleven de oorlogsbeelden in het journaal over het algemeen fragmentarisch en nauwelijks informatief van inhoud. De synopsis van de Hearst-Selig News Pictorial no.24 (25 maart 1915) geeft een vrij nauwkeurige indruk van het oppervlakkige oorlogsnieuws in beeld: "Polimow, Russian Poland - Troops of the Kaiser swing away toward the line where fighting is reaching Warsaw; Leidenburg, East Prussia - Steaming food served from a field kitchen at the front cheers the Kaiser's troops at the east front; Lowicz, Russian Poland - German soldiers at the East front have adopted Russian habit of drinking tea" (68). Op het moment dat deze film in Amerika werd getoond vond een belangrijk Russisch tegenoffensief plaats dat de Duitse inname van Polen aanmerkelijk bemoeilijkte. Het journaal liet echter niet meer zien dan de voorspelbare beelden uit het militaire achterland: parades, inspecties, vertrekkende en terugkerende soldaten.

De Hearst-Selig News Pictorial boekte aanmerkelijk betere resultaten in 1916 toen de filmpropaganda van Oostenrijk-Hongarije zijn invloed begon uit te oefenen. Dit patroon vertoont opmerkelijke overeenkomsten met het werk van de Chicago Tribune. Cameraman Edwin F. Weigle trachtte in Berlijn bij twee verschillende gelegenheden toestemming te krijgen om aan het front te filmen. Het waren uiteindelijk de Oostenrijkers die als eerste in 1915 de helpende hand uitstaken. (zie hoofdstuk 4.3) De Chicago Tribune was niet het enige bedrijf met een dergelijk ervaring. De American Correspondent Film Company maakte niet alleen gebruik van een Oostenrijkse cameraman maar ook van een officieel filmcontract met de Oostenrijkse autoriteiten (hoofdstuk 4.4 en 6.2).

De snelheid waarmee de militaire leiding van de Donau monarchie zich bewust werd van de propagandawaarde van oorlogsfilms doet werkelijk verrassend aan. Voor veel officieren was de film namelijk een verschijnsel dat hoogstens geschikt was als goedkoop amusement voor de soldaten. Dergelijke opvattingen werden in ieder geval niet gedeeld door Graaf Alexander Kolowrat. Deze Weense aristocraat raakte reeds vóór de oorlog hevig geïnteresserd in films. Nadat hij in Parijs Charles Pathé had ontmoet begon Kolowrat in maart 1914 met een eigen filmbedrijf. Reeds aan het begin van de oorlog zette de graaf, gebruikmakend van zijn ervaringen en connecties, met hemzelf aan het hoofd een speciale afdeling voor filmpropaganda op in het Ministerie van Oorlog (69). Net als in Duitsland werd een groep van acht civiele fotografen aan het leger toegewezen. De hoeveelheid Oostenrijkse films nam snel toe en al op 2 februari 1915 werd in Wenen een militair filmarchief geopend. De Oostenrijkse methoden waren over het algemeen zeer wervend: de propaganda, gericht op het het (neutrale)

buitenland, had de hoogste prioriteit. De Photographische Korrespondenz berichtte bijvoorbeeld dat in de filmcontracten een clausule was opgenomen waarbij de kopers van het archiefmateriaal zichzelf verplichtten om zestig copieën van iedere film in het buitenland uit te brengen (70).Volgens Barkhausen werden methoden toegepast die meer flexibel waren dan in Duitsland, waar de Generale Staf alleen betrouwbare, Duitse filmcorrespondenten aan het front toeliet (71).

De Oostenrijkse filmcampagne onder leiding van Kolowrat boekte, tot grote ergernis van de Duitsers, vooral veel succes met de gratis vertoning van oorlogsfilms in Turkije en Bulgarije. Om het Duitse prestige in dit gebied te handhaven gaven de autoriteiten toestemming aan de Amerikaanse cameraman van Hearst-Selig, Nelson E.Edwards, om ondermeer het Balkangebied en Turkije te bezoeken.De vrijheid die onder druk van de Oostenrijkse concurrentie aan Edwards werd gegeven, was in zekere zin opmerkelijk. Als eerste buitenlandse cameraman kreeg hij toestemming om de Duitse Marinevloot in Wilhelmshaven en het kanaal van Kiel te filmen. Edwards was daar, naar hij zelf beweerde, kort na de zeeslag bij Jutland op 31 mei 1916 (72).Het meest interessant waren zijn films over het Turkse leger in Constantinopel en Klein-Azië. De Duitsers hadden zoals gezegd, de bedoeling om met deze opnamen hun aanzien in dit gebied te handhaven. In de film werd regelmatig verwezen naar de mislukte Geallieerde poging om in april 1915 een nieuw front te openen in de Dardanellen. De landingen bij Gallipoli kwamen aanvankelijk als een verrassing voor de Duitse commandant in Turkije, Liman von Sanders, die rekening hield met een aanval op de Aziatische kust. Het expeditieleger kreeg echter geen vaste voet aan de grond. De Turkse kustwacht beschoot de troepen, die nauwelijks dekking konden vinden, vanaf de steile hellingen. De aanval moest reeds na enkele weken worden afgelast (73).

De succesvolle verdediging bij Gallipoli werd in de film van Edwards (ten onrechte)volledig op het Duitse conto geschreven. Billboard geeft de volgende beschrijving van de pretentieuse inhoud van zijn film:
" When Turkey entered the great war the 'Sick Man of Europe' was not taken seriously by any of the students of the conflict. Turkey was supposed to be hopelessly corrupt----Then came Liman von Sanders, Teuton, and reorganized this half-hearted and dissatisfied fighting force. With the assistance of German army officiers, German equipment and German efficiency methods he accomplished the impossible, and from a horde of disgruntled renegades made of the Ottoman forces, a powerful and efficient unit, as witness the defense of the Dardanelles " (74). Niet voor niets suggereerde de film dat de Duitsers Turkije hadden gered. Het was immers de bedoeling, om in navolging van de Oostenrijkse filmcampagne, invloed uit te oefenen op de wispelturige bondgenoten in het Balkangebied. Dit was in zekere zin de prijs die Edwards moest betalen voor de vrijheid die hij als filmcorrespondent in Europa genoot. Zijn werk behoort desondanks tot de meest overzichtelijke en unieke oorlogsfilms die door de organisatie van Hearst werden uitgebracht.

4 .2.5. BESLUIT

Bekeken op de feitelijke nieuwswaarde zijn de meeste opnamen in de Amerikaanse bioscoopjournaals over de Europese oorlog uitermate teleurstellend. Daniël Boorstin's concept van een " pseudo-gebeurtenis ",in zijn boek ' The Image ', sluit over het algemeen goed aan bij de meste oorlogsbeelden in de journaals (75) . Een pseudo-gebeurtenis zou, volgens hem, niet het product zijn van een natuurlijk verloop van omstandigheden, maar voortkomen uit een geplande reportage met de camera. De vele opnamen van militaire oefeningen , inspecties en poses van officieren bevestigen zijn model. De nieuwswaarde van dergelijke beelden is uiters onduidelijk: de

gebeurtenis lijkt zich ergens in het luchtledige af te spelen.

Waarom waren deze opnamen typerend voor zoveel bioscoopjournaals? De organisatie van het nieuwsfilmbedrijf was een belangrijke factor. De Universal Animated Weekly was bijvoorbeeld onvoldoende voorbereid op de oorlog. De organisatie beschikte niet over een filmcorrespondent in Europa en was gedwongen om archiefopnamen met het bekende standaardpepertoire te vertonen : koninklijke bezoeken, parades en dergelijke. Pathé kwam in 1914, als gevolg van problemen met de filmdistributie, zelfs niet verder dan louter illustratieve beelden van de Europese vorsten. Hearst-Selig tenslotte kon met hulp van de internationale persconnecties, sneller reageren op de gebeurtenissen. Maar ondanks de felbegeerde primeurs van het bedrijf, werden de beelden met zoveel vertraging vertoond, dat de actuele nieuwswaarde relatief gering was. Een tweede belangrijke factor betrof de omstandigheden aan het front. De camera's van de filmcorrespondenten werden door de militaire officieren met onmiskenbaar wantrouwen behandeld. Velen vreesden te maken te hebben met spionage. Bovendien bestond het gevaar dat het apparaat aan het front de aandacht van de vijand trok. Had men eenmaal deze obstakels omzeild, dan belemmerde (zoals de fotografen van Universal ondervonden)de zware camera vaak de mogelijkheid om alert op een gebeurtenis te reageren. In het gebied achter de loppgraven daarentegen, kon met meer gemak gefilmd worden. De inspecties en oefeningen verliepen dusdanig voorspelbaar dat " het nieuws " in beeld gearrangeerd kon worden. De militaire controle bleef echter, ondanks de officiële connecties van Pathé en Hearst-Selig, zijn invloed uitoefenen. De Duitse autoriteiten gaven A.E.Wallace in 1915 nauwelijks de gelegenheid om het front te verkennen (in tegenstelling tot wat hijzelf suggereerde). De films van George Ercole in het Pathé journaal hadden waarschijnlijk evenmin veel actuele nieuwswaarde; de redactie zag zichzelf, naar het lijkt, genoodzaakt om met behulp van pakkende titels de beelden van de inspecties uit amusementsoogpunt aantrekkelijk te maken.

4.3. DE CHICAGO TRIBUNE

De Amerikaanse pers speelde een belangrijke rol bij de vertoning van de documentaires over de Eerste Wereldoorlog. Zoals in hoofdstuk II is beschreven, sloten vanaf het voorjaar van 1914 steeds meer bladen een overeenkomst af met de (nieuws)filmbedrijven. Centrale gedachte daarbij was om naamsbekendheid te geven aan de krant en de oplage van het blad te stimuleren. Het filmbedrijf en de plaatselijke bioscoopeigenaars konden van hun krant gebruikmaken van gratis publiciteit in de pers. Variety volgde deze ontwikkeling met argusogen. De filmrecensies in dit blad geven een opmerkelijke indruk van de misleidende wijze waarop de oorlogsfilms door sommige kranten uit publiciteitsoverwegingen werden geëxploiteerd.

In januari 1915 vertoonde de New York Sun onder eigen naam een documentaire over de Europese oorlog. "The War takes place right before your eyes!", beloofde de krant (1). In Carnegie Hall (New York) zaten op nieuwjaarsavond slechts 50 mensen in de zaal. Zij waren in ieder geval niet onder de indruk van de film. In spoel IV werd bijvoorbeeld het bombardement van Oostende aangekondigd, maar het publiek zag slechts een mistig licht. Een andere titel vermeldde in de tegenwoordige tijd de vernietiging van een brug: 15 treinwagons, volgepakt met soldaten, vallen in een rivier. Het beeld liet alleen een verwoeste brug zien. De ergernis bij veel toeschouwers over de misleidende aankondigingen nam snel toe. Alhoewel de explicateur nog probeerde om de aandacht te trekken met verhalen over de verschrikkingen van de oorlog, liep de zaal al tijdens de voorstelling leeg (2).

DE EVENING SUN WAR PICTURES waren, volgens Variety, niet alleen een flop maar ook frauduleus van oorsprong. De films waren oorspronkelijk door P.P.Craft (Apex Film Company) uit Europa meegenomen en aan Universal verkocht ten behoeve van het bioscoopjournaal. Later verkocht hij deze opnamen, in de vorm van een speciale oorlogsfilm, aan de pers die het kon adverteren, zijnde van eigen makelij; gefotografeerd door een eigen, speciale cameraman aan het front. H.H.Van Loan, een scenarioschrijver voor Universal, bevestigde dit verhaal op bepaalde punten. Craft zou zich met veel bravoure bij het filmbedrijf hebben gemeld. Hij vertelde dat hij in Europa officiële toestemming had gekregen om de oorlog te filmen. Uit een voorvertoning bleek echter, dat het merendeel van de opnamen ver achter het front was genomen. Veel beelden dateerden bovendien van voor 1914 (bijvoorbeeld een parade in Potsdam).
Maar Universal had, volgens Van Loan, de film niet aangekocht, omdat een speciaal daartoe aangestelde Duitse militaire expert, die achter in de projectiezaal zat verscholen, de misleidende scenes had herkend (3).

Niet alleen de Evening Sun was verantwoordelijk voor een misleidende presentatie van oorlogsfilms. In het voorjaar van 1916 draaide, onder auspiciën van vooraanstaande regionale bladen als de Buffalo Times en de Minneapolis Tribune, GERMANY ON THE FIRING LINE. De naam van de film verschilde omwille van de publiciteit per stad; in New York was het de EVENING GLOBE'S " GERMANY AT THE FIRING LINE ". In Motion Picture News werd aangekondigd dat dit de enige, officiële Duitse oorlogsfilm zou zijn. De Generale Staf had daartoe speciale verklaringen van authenticiteit verstrekt. Het camerawerk was bovendien afkomstig van maar liefst 106 militaire fotografen (4). Dit laatste is pertinent onjuist: pas in 1917 werden door het Duitse leger militairen met fotografie belast (5). Het meest opvallend aan de films waren, volgens Variety, de titels. Aan het begin van de film werd de kijker geattendeerd op de unieke opnamen: geen oefeningen of beelden van vóór de oorlog zouden worden vertoond. De eerste beelden van de Duitse mobilisatie waren echter wel degelijk in vredestijd gefilmd: de troepen dragen hun paradeuniform (6). De mogelijkheid bestaat dat deze film van even dubieuse afkomst is als de documentaire van de Evening Sun. De bladen zullen echter weinig last van scrupules gehad hebben:

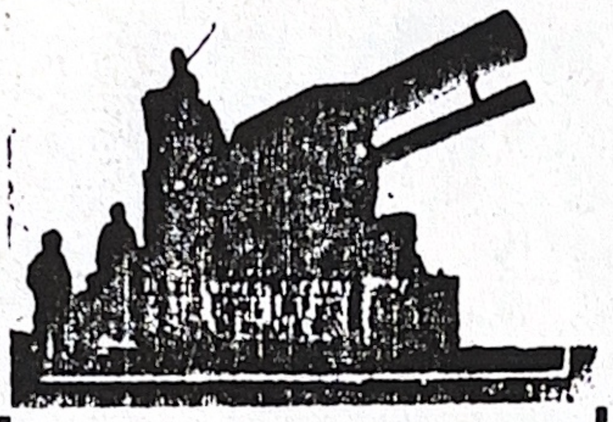
KANSAS CITY MANAGER PUTS OVER TWO NOVEL LIVE WIRE STUNTS

Paul Le Marquand came from St. Paul to manage the New Empress Theatre in Kansas City and brought with him some new and original advertising methods that are making the public and exhibitors take notice.

His latest one that brought the people to his theatre to see the German War Pictures was a large automobile float that had built onto it a large 42 centimeter gun. Surrounding this gun were a number of men dressed in the regulation German uniform. This truck also carried a large searchlight and a gasoline engine that was connected up with a generator and this furnished the lights for the truck at night.

After you arrived at the theatre you were shown to your seat by girls dressed in German uniforms. These Manager Le Marquand called his usherettes.

Kansas City has needed some original advertising and Mr. Le Marquand has started with a system that promises to line up some of the other exhibitors in Kansas City, who have been just a little behind the times in their methods of advertising.



PAUL LE MARQUAND'S 42 CENTIMETER ADVERTISING STUNT

Niet alleen de Amerikaanse pers was bereid om GERMANY ON THE FIRING LINE, ondanks de dubieuse inhoud, aan de man te brengen. In Kansas City waar het, volgens Motion Picture News, de laatste tijd erg rustig was met publiciteits-campagnes, leek in februari 1916 voor een moment de oorlog uit te breken.

Bioscoopeigenaar Le Marquand had een stunt bedacht die zo groot was dat het, naar men dacht, wel de aandacht moest trekken.... Zelfs de meisjes in de foyer droegen een Duits uniform!

Veel oorlogsdocumentaires in Amerika werden waarschijnlijk tijdens de verto-- ning van vergelijkbare theatrale effecten -een speciaal decor, belichting en gezang -voorzien.

(Motion Picture News, 26 februari 1916, pg.1136)

de redaktie beheerde de exclusieve vertoningrechten en men suggereerde met de eigen naam die aan de film werd gegeven dat de documentaire een betrouwbaar karakter had.

Waarschijnlijk de meest prominente krant die zich met oorlogsdocumentaires bezighield was de Chicago Tribune. Het blad vertoonde de films niet alleen onder eigen naam maar verzorgde (en dit was uitzonderlijk) de filmproduktie eveneens zelfstandig. Cameraman Edwin F. Weigle filmde voor de Tribune tijdens de oorlog ON BELGIAN BATTLEFIELDS (1914) en THE GERMAN SIDE OF THE WAR (1915).

De Chicago Tribune, opgericht in 1847, was op de eerste plaats een dagblad dat werd beheerd door een familiebedrijf. Het politieke testament van de grondlegger Joseph Medill werd in grote lijnen door zijn (klein) kinderen opgevolgd. Dit had onder meer tot gevolg dat de Tribune van meet af aan achter de Republikeinse partijstond. Bovendien sprak de redaktie zich reeds kort na de Burgeroorlog uit tegen de graanbaronnen en de grote spoorwegbedrijven uit het oosten van de Verenigde Staten. "Trust-busting" bleef in navolging hierop een belangrijke slogan voor de Tribune die zich opwierp als beschermer van de Amerikaanse ondernemers uit het midden westen.

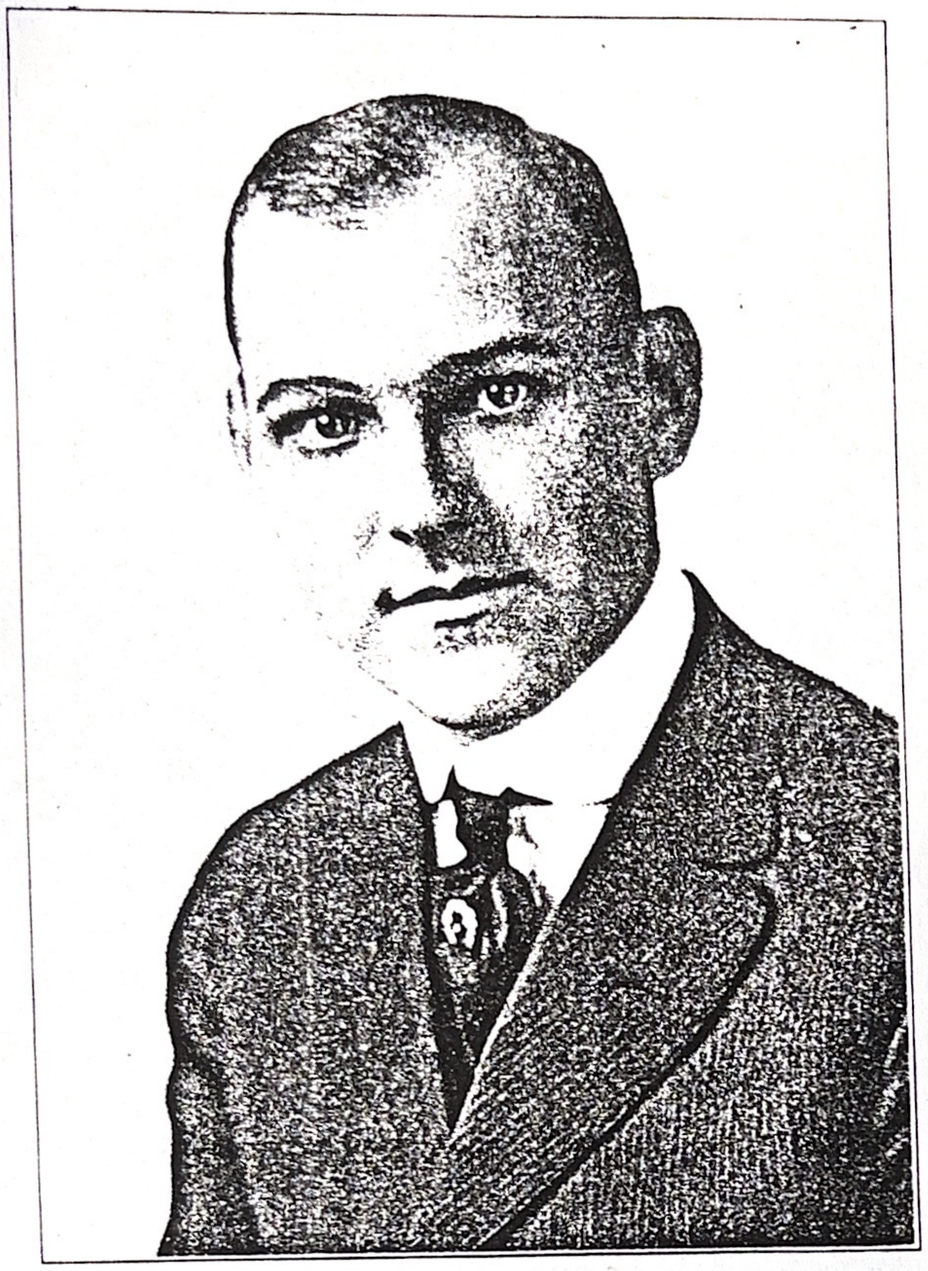
Ondanks deze min of meer conservatief-liberale grondslag werd het blad gedwongen tot een meer sensationele benadering van het nieuws. De verschijning van het Hearst blad de Chicago American in 1900 gaf aanleiding tot een strijd om oplagen waarbij weinig middelen geschuwd werden. Krantenjongens, die later nog werk zouden vinden bij Al Capone, vochten rond 1912 soms regelrechte straatgevechten uit met de concurrentie. Het belangrijkste wapen in de strijd van de Chicago Tribune was de zondagsbijlage. De dagelijkse editie in1912 bedroeg ruim 230.000 stuks. De weekend oplage zorgde daarentegen voor 304.000 verkochte exemplaren (7).

Verantwoordelijkvoor dit succes was was Joseph M. Patterson, redakteur en mededirekteur van de Tribune Company. Hij maakte de bijlagetot een populair magazine met onderwerpen als sport, damesmode, strips en dergelijke. Het meeste succes werd in 1913 behaald met de introduktie van een filmrubriek. De Tribune publiceerde in samenwerking met filmproducent William Selig het eerste verfilmde vervolgverhaal: THE ADVENTURES OF KATHLYN. Het doel werd ruimschoots gehaald. De dagelijkse oplagevan het blad nam volgens Ramsaye snel toe met 35.000 exemplaren. Of, zoals hij nogal cynisch vaststelde: " (The Tribune) had grown to dignity and glory on appeal to the upper classes, now it was out to take volume off the bottom where the volume always is" (8).

De concurrentie had de Tribune tot filmpublicaties aangezet. Een oorlog bracht het blad tot de zelfstandige produktie van films. Edwin F. Weigle was in april 1914 werkzaam als fotograaf voor het blad. Hij leende een filmcamera en ging op eigen initiatief naar Mexico om de aanval van Amerikaanse mariniers op Vera Cruz in beeld te brengen. Geholpen door Weigle's snel verkregen publieke aanzien als camera held begon deTribune met de produktie van nieuwsfilms. De redaktie was vanaf dat moment in belangrijke mate voorbereid op de Europese oorlog. Niet alleen beschikte men over een ervaren oorlogsfotograaf die bekend was bij het grote publiek. Men wist bovendien dat films een belangrijke commerciele waarde hadden en als middel gebruikt konden worden om de aandacht op het eigen bedrijf te richten.

Toen enkele maanden later de Europese oorlog uitbrak besloot de redaktie om een groep correspondenten naar Europa te sturen. Weigle smeekte, naar hijzelf beweerde, zijn werkgevers om mee te mogen. Zijn romantische verwachtingen waren hoog gespannen: "I wanted to be where shells were flying ... I wanted to move with the men who were exemplifying the highest ideals of loyalty and patriotism" (9). En, dacht hij, zou ook niet iets van deze glorie over hemzelf afstralen indien hij de oorlog wist te filmen? Alhoewel Edwin Weigle vindingrijk en moedig genoeg was, bleek al snel dat dergelijke optimistische verwachtingen bepaald misplaatst waren.

Op 11 augustus 1914 vertrok Weigle in het gezelschap van Patterson naar Europa. In zijn koffer bevonden zich twee Kodak fotocamera's



Links:

Edwin F Weigle,
Cameraman voor de Chicago Tribune

Vanwege zijn opmerkelijke prestaties
in het filmen van de Europese Oorlog
en geholpen door de publiciteit was
Weigle voor veel bioscoopbezoekers
een "ster".

Het onderschrift bij deze foto luidt:
"Edwin F.Weigle, Staff Photographer
of the Chicago Tribune Who Secured the
First Motion Pictures of Actual Fighting
in the European War".

Rechts:

Weigle poseert tussen de ruïnes
van Aerschot (september 1914)
Zijn camera weegt ongeveer 25 kilo
en is waarschijnlijk van het model
Pathé, herkenbaar aan de filmspoelen
die aan de buitenkant van het appa-
raat zijn geplaatst.

Illustratie: Photoplay Magazine
(februari 1915), pg.163

voor bijna drie uur speeltijd aan celluloid en één filmcamera (waarschijnlijk van het model Pathé).Het reisdoel was Berlijn. Aldaar hoopten zij de nodige papieren te krijgen om het Duitse leger in België te volgen. Alhoewel Patterson, die geen Duits sprak, in Westfalen bijna werd gearresteerd, kwamen de Amerikanen vol goede moed in de hoofdstad aan. Gedurende tien dagen werden met behulp van de Amerikaanse ambassadeur, vele militaire personen bezocht. Dit had geen enkel resultaat. Zelfs Weigle's aanvraag van een pas om filmopnamen van de stad te maken werd afgewezen. Op straat werden de twee bovendien, vanwege hun buitenlandse kleding, met argwaan aangestaard.
Toen Weigle een foto nam van enkele Amerikaanse touristen, dreigde een politieagent hem te arresteren als hij de inhoud van de camera aan de Amerikanen zou overhandigen. Weigle's apparatuur was voor de Duitsers waarschijnlijk een reden voor bijzondere terughoudendheid: omdat hij fotograaf was, mocht de Amerikaan niet mee met het bezoek van een groep correspondenten aan de veroverde fortificaties van Luik (10).

Weigle zag in dat het weinig zin zou hebben om nog langer te blijven. Op 3 september vertrok hij naar Holland. In Den Haag bezocht hij de Amerikaanse gezant van Dijke die hem uiteindelijk een visum voor België overhandigde. Weigle trof echter, vanwege de vijandelijke gevoelens die zijn camera opriep, een extra veiligheidsmaatregel. Op zijn voorstel werd voor hem een pas geregeld waarin hij werd beschreven als bijzondere koerier van de Amerikaanse regering. Weigle wilde aldus Antwerpen bereiken. Even voorbij de grens, in Capellen, leek zijn plan te werken. De gendarmes stonden op het punt hem toe te laten, toen zij Weigle's apparatuur zagen. Net als in Duitsland werd met onmiskenbaar wantrouwen op de camera gereageerd: alles werd prompt in beslag genomen.
De situatie zag er op dat moment voor de Amerikaan weinig hoopvol uit. Hij wist echter snel en doeltreffend te reageren. Opnieuw vertelde Weigle over zijn zogenaamde opdracht als Amerikaanse koerier. Bovendien stelde hij voor om zijn apparatuur te verzegelen in de koffer.Op deze wijze kon hij geen ongeoorloofd gebruik maken van de filmcamera. De soldaten stemden hierin toe op voorwaarde dat hij zich zou melden bij hun commandant. Weigle vertrok vervolgens en reed direct door naar het station; het bezoek aan de commandant leek hem waarschijnlijk niet zo raadzaam. Een laatste hindernis werd genomen op het station van Antwerpen. Terwijl Weigle werd ondervraagd, sloop zijn chauffeur onder de ogen van de autoriteiten weg met de camera's. Met veel list en bedrog en met nog meer geluk was de Amerikaan erin geslaagd zijn apparatuur België binnen te smokkelen.

In Antwerpen besprak Weigle zijn voornemen om de oorlog te filmen met Sherman, de Amerikaanse vice-consul. Deze vertelde hem, evenals de correspondent Powell, dat het uitgesloten was toestemming te krijgen om het Belgische leger te volgen. Weigle voelde zich, naar hijzelf schreef, ellendig en uitgeput, toen hij terugkeerde naar zijn hotelkamer. Maar, liggend op zijn bed kreeg hij het idee dat hem uit de problemen hielp :" It was big; it was a good chance. I exulted at the thought. It was this: I would offer the Belgian Red Cross 50% of the proceeds from my motion pictures, if I could get a pass" (11).

Zijn paspoort werd uiteindelijk ondertekend door de Guise, de chef van de Belgische Generale Staf, en beperkte zich aanvankelijk tot de stad Antwerpen. In een afzonderlijk contract, dat door Patterson rond 12 september 1914 met het Rode Kruis werd afgesloten, werd het werkterrein uitgebreid tot geheel België. De organisatie leverde bovendien een auto met chauffeur. De Chicago Tribune kon zich al met al gelukkig prijzen met dit privilege. Het leverde aanzienlijk veel publiciteit op voor de Tribune. De naam van het bedrijf was dan ook prominent aanwezig in Weigle's verslag van zijn belevenissen, ' My Experiences on the Belgian Battlefields ' (zie illustratie).

Vanuit Antwerpen werden enkele tochten ondernomen naar het Belgische front. Weigle filmde onder meer de brandende huizen in Aalst (Alost) en het onder water gelopen gebied bij Lierre. Zij eerste vuurgevecht werd, volgens

eigen zeggen, vlakbij Termonde gefilmd. Weigle rende over het open veld naar een positie tussen de vijandelijke linies en plaatste zijn camera op veilige afstand in de beschutting van een verlaten huis. De Belgische stellingen waren vanaf ongeveer 200 meter zichtbaar. Terwijl hij aan de camera draaide nam de Duitse beschieting snel in hevigheid toe. De Belgen gingen vervolgens over tot een algehele terugtocht: plotseling raakten de Amerikanen geïsoleerd. Patterson, die gewoonlijk de apparatuur droeg, vond het te riskant om nog langer te blijven. De zware camera betekende, begrijpelijk genoeg, een blok aan zijn been. Weigle wegerde echter, ondanks het aandringen van zijn werkgever, om het apparaat in een sloot te gooien. Hij schreef: "I kept on taking motion pictures until the Germans were too close for safety. I then followed after the Belgians" (12).

De Amerikanen konden slechts gedurende twee weken gebruik maken van hun privileges. Op 2 oktober 1914 volgde hunarrestatie vanwege een vermeend pro-Duits artikel van Patterson. De volgende dag werden de twee weer vrijgelaten, maar het speciale paspoort bleef ingetrokken. Patterson wilde geen risico's meer nemen en vertrok met de films uit Antwerpen. Weigle besloot echter om in de belegerde stad te blijven. Gedurende twaalf lange uren wachtte hij samen met zijn collega Donald Thompson en de Nederlandse vice-consul in de kelder van een herenhuis terwijl boven hun hoofden de Duitse granaten insloegen. Toen zij uiteindelijk de deur openden was het huis praktisch verdwenen. Vanaf het dak van hotel Queen filmde Weigle op het laatste moment van het beleg nog enkele panorama beelden: een zonsondergang boven de brandende stad en de lange rijen vluchtelingen op de pontonbrug over de Schelde. Helaas maakte reeds de volgende dag een woedende Duitse officier korte metten met deze film. Edwin F. Weigle vluchtte vervolgens met behoud van leven en camera naar Holland en hij bereikte op 25 oktober 1914 de Verenigde Staten.

De Tribune Company had grote plannen met Weigle's film getiteld ON BELGIAN BATTLEFIELDS. In een uitgebreide advertentie van vier pagina's in Moving Picture World werd de film op veelbelovende wijze aangekondigd: " .... The Chicago Tribune's Only Authentic European War Pictures .... Four reels of ACTUAL FIGHTING on the bloody battlefields of Belgium - 4,000 feet of the European War at its worst, showing homes being blown up, soldiers being killed, cities being burnt, and the dead being picked up from the battlefields" (13). De filmpremière vond plaats op 14 november 1914 in het Studebaker Theater in Chicago (14). De bioscoopeigenaar toonde zich, zoals hij in de vakpers verklaarde, verrast over het succes van de film; de vertoning werd op 5 december met nog een week geprolongeerd (15). De verkoop van de distributierechten verliep eveneens voorspoedig. De Central Film Company, die de rechten beheerde, maakte al op 19 november bekend dat Ohio $ 10.000,- had opgebracht en New York, N. Jersey alsmede Pennsylvania nog eens $ 25.000,- (16). Maar tijdens een voorvertoning in New York werd in kringen van filmvertoners opvallend lauw gereageerd. Het merendeel van de opnamen leek, naar men zei, sterk op de bekende beelden uit de bioscoopjournaals: ruines, vluchtelingen, inspecties en dergelijke. De film was dan wel niet gefingeerd maar toch kon het zich niet geheel van de schijn ontdoen enigszins onecht ("fakey") over te komen (17).

De veelbelovende publiciteit van de Chicago Tribune was voor een belangrijk deel verantwoordelijk voor de teleurstelling van de bioscoopeigenaars in New York. De werkelijke gevechtsopnamen in de documentaire beperkten zich volgens Variety voornamelijk tot beelden van een groep militairen in de loopgraven bij Malines. Op weinig indrukwekkende wijze werd getoond hoe enkele soldaten gewond raakten en werden vervangen. Voor het overige overheersten de reeds bekende opnamen van de gevolgen van de oorlog: verwoeste gebouwen, de verzorging van gewonden, het vertrek van vluchtelingen, enzovoort. De inhoud van de film was volgens de recensent zeker niet in overeenstemming met de sensationele advertenties die juist het element van actie suggereerden: " .... (M)ere scenes of unpeopled wreck are rather disappointing when one's expectations have been aroused to the point of looking for a visualisation

of war's actual clash and conflict" (18). De naam van de Chicago Tribune, die zichzelf op bescheiden wijze aanprees als "The Greatest Newspaper in the World", verscheen regelmatig in ON BELGIAN BATTLEFIELDS. Volgens Variety was de exploitatie van de film dan ook vooral bedoeld als een advertentiecampagne voor het dagblad.

Volgens de auteursrechtelijke gegevens werden van deze film in Amerika 196 copies uitgebracht (19). Voor één van de eerste documentaires over de Europese oorlog betekende dit een aanzienlijk succes. Wat waren, afgezien van de misleidende publiciteit, de redenen hiervoor? De film had op de eerste plaats een officiëel karakter. Het door Patterson afgesloten contract had een prominente plaats in de filmadvertenties. Van Langermeesch, het hoofd van het Belgische Rode Kruis, werd hierin onder meer beschreven als de vertegenwoordiger van het militaire gezag. Interessant bovendien is de volgende clausule: "The undersigned of the first party (het Rode Kruis) agrees to grant to no one his authorisation to take cinematographic views of the theatre of war" (20). Effectief was dit laatste in ieder geval niet. Donald Thompson wist een speciale toestemming los te krijgen bij de militaire autoriteiten (zie hoofdstuk V). Maar ook de fotografen van de bioscoopjournaals werkten in België. J.M. Downie, een cameraman voor Universal, werd zelfs geholpen door vrienden in het leger en hij was evenals Weigle in het belegerde Antwerpen (21). Het contract van de Chicago Tribune was desalniettemin van veel belang voor de Amerikaanse bioscoopeigenaars: het gaf de film een authentiek karakter. Als zodanig voldeed het aan een wezenlijke behoefte omdat vooral in de eerste maanden veel nieuwsfilms over de Europese oorlog in scène werden gezet .

Bovendien gaf de film aan het publiek de gelegenheid om met een vlag te zwaaien. Met de zaak van het 'arme, kleine België' dat onder Duitse bezetting was gekomen werd in Amerika vaak intens meegeleefd. Volgens velen was het land op tragische wijze het slachtoffer geworden van de Duitse machtspolitiek. Was het immers niet de Duitse kanselier zelf die openlijk en zonder respect voor de internationale rechtsregels de Belgische neutraliteit een vodje papier had genoemd? (22). De Chicago Tribune keerde in totaal ruim $ 20.540,- uit aan het Belgische Rode Kruis. Volgens de Belgische consul in Chicago, Vermeren, betekende de film echter meer dan een financieel succes. De vertoningen van ON BELGIAN BATTLEFIELDS gaven hem tevens de gelegenheid om te spreken over de Amerikaanse sympathie met het noodlijdende Belgische volk (23).

De lezer die denkt dat Joseph Patterson, de regisseur van de oorlogsfilm, geheel oprecht was met de donaties aan de Belgische zaak, komt waarschijnlijk bedrogen uit. Zijn privé opvattingen over de Europese oorlog, zoals weergegeven in het boek 'The Notebook of A Neutral' (geschreven in september 1915) getuigen van een politieke visie waarin medeleven voor andere landen nauwelijks van belang was. "Our Country, Right or Wrong!" was, in een parafrase op de uitspraak van Decatur, zijn motto. De Amerikaanse regering moest volgens Patterson een buitenlandse politiekvoeren waarbij het eigenbelang de voornaamste leidraad was. Een ieder die dat niet deed was in feite een verrader. Duitsland was daarbij voor alles het grotevoorbeeld. Deze natie was in tegenstelling tot Frankrijk trouw gebleven aan de gedachte die het land groot had gemaakt: organisatie. Patterson, die zichzelf een socialist noemde, was vooral onder de indruk van Bismarck's nalatenschap van sociale voorzieningen. De Verenigde Staten hadden zich echter definitief vervreemd van het Duitse rijk vanwege de militaire leveranties aan de Geallieerden. Amerika moest derhalve uit oogpunt van zelfbehoud een regeling treffen met Engeland. Niet alleen dreigde het gevaar van een Duitse wraakactie. Het grootste gevaar kwam van de zijde van de Japanse militaire expansiezucht. Weigerde Engeland om de Britse Marine in te zetten voor de bescherming van Amerika, dan moesten de militaire leveranties worden stopgezet.

Sentimentele overwegingen speelden volgens Patterson bij deze Alliantie geen rol van betekenis. Niet alleen de Belgische neutraliteit (een veelgebruikt onderwerp in de Britse propaganda) was geschonden. Italïe voegde zich eveneens

tegen de internationale afspraken in bij de Geallieerde partij. De Russen begingen bovendien, net als de Duitse militairen in België, wreedheden jegens de burger bevolking. België, hoe 'arm' en 'klein' dan ook, kon geen zelfstandige rol spelen in Europa en moest na de oorlog onder militaire controle van Frankrijk (dat het land vaker dan Duitsland had aangevallen) worden gesteld. Het praktisch voordeel van zijn plan voor Amerika werd op eenduidige wijze door Patterson beschreven: "So let us choose England on our side and in the holy name of the Monroe doctrine sit tight in our hemisphere and make more money" (24).

Het filmcontract van de Chicago Tribune met het Belgische Rode Kruis kwam, al met al, voort uit vergelijkbare zakelijke overwegingen. De overeenkomst had mijns inziens de volgende functies: 1/ Voor cameraman Weigle betekende het op de eerste plaaats een mogelijkheid om, na alle voorafgaande problemen, aan het front te filmen. 2/ De Chicago Tribune profiteerde van het contract uit publiciteitsooogpunt . Het verleende de documentaire een exclusief en authentiek karakter. Bovendien werd ingewerkt op de sympathie bij veel Amerikanen voor de Belgische slachtoffers.

Op 7 februari 1915 vetrok Edwin F. Weigle voor een tweede reis naar Europa. Zijn doel was ditmaal het Duitse front. Reeds bij aankomst in Liverpool bleek dat het een moeizame opgave zou worden. De Britse autoriteiten, die een aanbevelingsbrief van de Duitse ambassadeur in Amerika in Weigle's bagage hadden aangetroffen, zorgden voor een oponthoud van bijna drie weken. Op 5 maart arriveerde de cameraman in Berlijn en had een gesprek met de Genrale Staf. Ook hier bleek men aanvankelijk echter nauwelijks behulpzaam. In afwachting van zijn militaire paspoort bezocht Weigle Bremen, Hamburg en Lübeck. Zijn indruk van het dagelijkse leven was, naar hij schreef, net als in Berlijn: drukbevolkte straten, gezonde inwoners, volgepakte voedsel-opslagplaatsen. Weigle was eregast bij een diner van de Lloyd rederij in Hamburg en liet zich op een lunch fêteren tijdens een boottocht op de Elbe. Deze attenties stelden hem echter nauwelijks gerust. Hij was nu bijna al een maand in Duitsland en had nog niets van het front gezien. Na terugkeer in Berlijn bleek bovendien dat zijn toestemming nog niet gereed lag. De situatie zag er, net als in 1914, weinig hoopvol uit. Maar gelukkig ontmoette hij op dat moment een Oostenrijkse officier die hem naar Wenen wilde begeleiden. Weigle's voorstel was hetzelfde als in België: "I told him that if his government could arrange to give me passports to the front I would sign a contract on behalf of the Chicago Tribune to give half the proceeds of the pictures to the Austro- German Crippled Soldiers Fund" (25).

Aldus geschiedde. Veldmaarschalk Von Schleyer stemde al tijdens het eerste gesprek in met de overeenkomst en regelde de papieren voor zijn reis naar het Oostelijk front. Dit maakte een grote indruk op de Amerikaanse filmcorrespondent. Alhoewel Weigle op 8 mei 1915 een kort bezoek bracht aan het Duitse front bij St. Quentin, vertelde hij tijdens de première van zijn film dat een correspondent meer gedaan kon krijgen in Oostenrijk Hongarije dan in Duitsland. Tijdens het beleg van Przemysl in Galicië filmde Weigle met behulp van een telelens de inslag van de granaten op de Russische stellingen. Voor opnamen van het artilleriegeschut ontbrak de geschikte toestemming. Het Oostenrijkse militaire filmarchief schonk hem echter beelden hiervan, evenals van de Duitse mobilisatie en van keizer Wilhelm II (hiervan had hij in Duitsland zelf geen beelden kunnen krijgen) (26). De Oostenrijkers gaven hem tevens toestemming om, naar hij schreef, als eerste fotograaf de militaire acties in de Tiroler Alpen te filmen. Nadat het celluloid in Wenen was onderzocht, kon hij ongehinderd uit Duitsland vertrekken. Op 3 augustus 1915 arriveerde Weigle in New York (27).

De tweede oorlogsdocumentaire van de Chicago Tribune kreeg de titel: THE GERMAN SIDE OF THE WAR. Edwin F. Weigle was verantwoordelijk voor het merendeel van de opnamen. De films van Donald Thompson uit Duitsland, die reeds eerder vertoond waren in Chicago, werden eveneens in de documentaire opgenomen.(zie hoofdstuk V). De Chicago Tribune loofde in Moving Picture World een beloning van $1000,- uit in verband met een goedkope imitatie van de film die in omloop zou zijn gebracht.

(Dergelijke 'beloningen' kwamen zo vaak voor in de vakbladen dat het vermoeden van een publiciteitsstunt niet onterecht is). De film zou volgens de advertentie, ook de pro-Geallieerde Amerikaan aanspreken. Het liet immers de indrukwekkende oorlogsmachine van de tegenstander zien (28).

De première in New York op 20 september 1915 was een enorm succes. Omdat de reclameborden met grote koppen (" TODAY!") een eenmalige vertoning suggereerden, hadden zich reeds vroeg op de ochtend ruim 5000 personen in lange rijen voor het 44th Street Theatre verzameld. Het leek, volgens de New York Times, alsof de gehele Duits-Amerikaanse kolonie was uitgelopen. De misleiding werd compleet toen fraudeurs op het toneel verschenen. Aan niets vermoedende bezoekers werden prijskaartjes voor limonade verkocht die in kleur en formaat op de bioscooptickets leken. Daarbij ging men af op het zware accent van sommige klanten; waarschijnlijk konden zij, zo dachten de verkopers, toch geen Engels lezen. Dertig politieagenten waren aan het einde van de dag nodig om het rumoerige publiek in bedwang te houden (29). De bioscoop had, volgens Motion Picture News, een record aantal bezoekers met deze oorlogsfilm: 8.555 personen op één dag (8 vertoningen). De wekelijkse inkomsten bedroegen $ 14.972,- (30). In totaal werd het indrukwekkende aantal van 331 copies van de film in Amerika uitgebracht. (31).

De New York Times en Variety stelden zich, ondanks het succes, enigszins gereserveerd op tegenover de film. Met milde spot verkondigde te Times dat de enthousiaste bijval van het publiek voor de beelden van keizer Wilhelm zelfs niet te overtreffen was geweest wanneer de zaal vol had gezeten met Duitse reservisten (32). De film deed, ook volgens Variety, een direct appèl op de Duits -Amerikanen. Het zijn echter de meer 'professionele' bezwaren die bij dit blad overheersen. In een vrij gedetailleerd verslag schreef de recensent ondermeer: "....these 'war pictures' are no more, no nearer, 'war scenes' than any of the others that have preceded" (33).
De opnamen van het Westelijk front lieten, zoals Weigle zelf toegaf, geen gevechten zien. Beelden van oefeningen maakten het leeuwendeel van de film uit. Maar zelfs enkele van deze taferelen werden dusdanig in scène gezet (ten behoeve van de camera?)dat de nieuwswaarde nihil was.Als voorbeeld beschreef de recensent onder meer hoe in de film Duitse soldaten dekking zoeken voor een beschieting vanuit de lucht. In werkelijkheid was de omgeving dusdanig bebost dat de militairen niet zichtbaar konden zijn. Deze gebreken werden, volgens Variety, alleen opgevangen door te profiteren van de speciale belangstelling voor de oorlog bij veel Duits-Amerikanen. De film zelf was niet meer dan een veredeld bioscoopjournaal.

BESLUIT

De Chicago Tribune had goede zaken gedaan met Weigle's films. Gedurende 1914 en 1915 werden bovendien enkele losse nieuwsfilms over binnenlandse gebeurtenissen geproduceerd. Het bedrijf maakte vooral naam met een film over de ondergang van het schip " Eastland " in de Chicago River (34).
Aan deze onregelmatige producties kwam in 1916, als gevolg van de succesvolle oorlogsdocumentaires, een einde. Robert R.Mc.Cormick, één van de directeuren van de Tribune, was op zoek naar een nieuwe vorm van correspondentie die het publiek meer zou aanspreken (35).
De belangstelling voor Weigle's films zette hem waarschijnlijk aan het denken. Hij wist dat de gedachte van de"camera aan het front" tot de publieke verbeelding sprak. De draaiende camera suggereerde een avontuurlijk soort actie dat in de Eerste Wereldoorlog welhaast schitterde door afwezigheid. Weigle's belevenissen in Europa stimuleerden bovendien de belangstelling voor zijn films; de door hem geschreven boeken werden goed verkocht in de bioscopen (36). Met deze overwegingen in gedachten werd in december 1915 een contract afgesloten met filmproducent Selig. Het bioscoopjournaal The Selig Tribune ("The World's Greatest News Film ") prees zich gelukkig met 'camerasterren' als Weigle, maar het succes van zijn eerste films werd niet herhaald. Reeds na één jaar werd het journaal uit de roulatie genomen (37).

Het succes van ON BELGIAN BATTLEFIELDS en THE GERMAN SIDE OF THE WAR kan, al met al, voor een groot deel op rekening van Edwin Weigle geschreven worden. Ondanks de teleurstellende ervaringen in Duitsland, lukte het hem om met zijn camera's België binnen te komen. Dit was op zichzelf reeds een bewonderenswaardige prestatie. Het contract van de Chicago Tribune met het Rode Kruis schiep bovendien een precedent voor de latere officiële oorlogsfilms uit Europa (zie hoofdstuk VI).
De films hadden waarschijnlijk weinig meer te bieden dan de bioscoopjournaals: oefeningen, parades, opnamen van gewonden en vluchtelingen. De reden voor het succes lag eveneens in de sfeer van de exploitatie.
De filmcontracten gaven aan de documentaires een betrouwbaar en authentiek karakter. Bovendien kreeg het publiek de gelegenheid om met behulp van donaties een bijdrage te geven aan de favoriete zaak. De Chicago Tribune kwam tot de conclusie dat met behulp van een ondernemende cameraman en veelbelovende (maar weinig oprechte) publiciteit zelfs de bekende filmbeelden over de Europese oorlog tot een kassucces gemaakt konden worden.

4.4 DE AMERICAN CORRESPONDENT FILMCOMPANY

Bij het beoordelen van de Amerikaanse documentaires over de Eerste Wereldoorlog doet zich het probleem voor hoe men de invloeden van militaire censuur en propaganda kan scheiden. De min of meer eenzijdige beeldinformatie, die als gevolg van de censuur werd afgegeven, kon immers een propagandistische uitwerking hebben op het publiek. Bij de bioscoopjournaals zijn in ieder geval geen bewijzen aangetroffen van een opzettelijke propagandacampagne in 1914-1917. Het Hearst - Selig journaal had, zoals gezegd, sterke connecties met de Centrale Mogenheden. De Pathé Weekly was vooral aan het Franse en Russische front vertegenwoordigd. Dit belette beide bedrijven echter niet om in januari 1917 een gezamelijk journaal te beginnen: De Hearst - Pathé Weekly. Het commerciële voordeel van een samenwerking,waarbij de publiciteit in de pers van Hearst en het grote distributiebedrijf van Pathé elkaar aanvulden, stond daarbij op de eerste plaats.(1).

Toch speelde doelbewuste en betaalde propaganda wel degelijk een rol in de Amerikaanse nieuwsfilmwereld. De activiteiten van de American Correspondent Film Company zijn hiervan een sprekend bewijs. Net als in het vorige hoofdstuk bovendien, is er sprake van een belangrijke verbintenis met de pers. Edward Lyell Fox, journalist en oorlogscorrespondent, was in sommige opzichten zelfs een sleutelfiguur in het werk van dit nieuwsfilmbedrijf.

Fox verliet de Verenigde Staten in november 1914 als journalist voor de Wildman perscombinatie. Deze organisatie verkocht de rechten op zijn verhalen uit Duitsland later onder meer aan de New York American, een dagblad dat werd beheerd door het concern van Hearst. De betrekkingen van Fox bij Wildman fungeerden in werkelijkheid als dekmantel. Uit een onderzoek van de Amerikaanse militaire inlichtingendienst in 1918 bleek dat de journalist naar Europa was gestuurd in opdracht van het Duitse propagandaburo in Amerika, de German Information Service. Over zijn werk in Duitsland vertelde kapitein Lester, die het onderzoek leidde: "The articles that came from Fox were sheer propaganda, and they were written by him without any foundation in fact. The German Publicity Bureau understood that he was there to write anything they told him to write. He himself told me that" (2). Fox was bovendien werkzaam voor een filmbedrijf, de American Correspondent Film Company. Dit bedrijf stond pas vanaf april 1915 officieel in de Verenigde Staten ingeschreven, maar reeds aan het eind van 1914 moeten de Duis- Amerikanen een plan hebben uitgewerkt voor filmpropaganda. Verantwoordelijk voor dit werk was Matthew B. Clausen (later de directeur van het filmbedrijf) die de belangrijkste assistent was van Dernburg, het hoofd van de German Information Service (3).

De verhalen van Edward Lyell Fox uit Duitsland werden in mei 1915 gepubliceerd onder de titel "Behind the Scenes in Warring Germany". Het boek laat zich samenvatten als een verzameling van tendentieuze artikelen die op mij soms eem nogal onaangename indruk maakte. De boodschap is in ieder geval duidelijk genoeg. Steeds weer opnieuw wordt door Fox gesuggereerd uit welke hoek werkelijk het gevaar dreigde voor de neutrale Amerikanen. Typisch is zijn afsluitend commentaar op het gesprek met koning Ludwig van Beieren, die Fox verzekerde van Amerika's veiligheid op het politieke wereldtoneel: het land werd immers begrensd door Canada en Mexico, twee bevriende staten. "King Ludwig's omission of the Pacific Ocean struck me as being significant. He seemed to take it for granted that we could have but one adversary - that yellow octopus of the Far East" (4).

Dit 'gele gevaaar' kwam uiteraard van de zijde van Japans militaire expansie. De angst voor een Japanse bedreiging werd, vooral aan de Amerikaanse Westkust, al sinds de verassende Japanse overwinning op Rusland (1905), door velen sterk gevoeld. In 1910 werd Korea door Japan ingelijfd. De Japanners maakten bovendien op handige wijze gebruik van de Europese oorlog. Na een snelle oorlogsverklaring werden de Duitse bezittingen in China

veroverd. Vervolgens werd in een geheim ultimatum aan de Chinese regering een protectoraat over Manchourije afgedwongen ("21 eisen", januari 1915).

Fox haakte op bijzondere wijze in op de afkeer bij veel Amerikanen van de Japanse oorlogspolitiek. Duitse autotiteiten, zoals professor Stein, noemden in het boek van Fox de Verenigde Staten "..the forepost of the white race against the yellow" (5). Alle goed geïnformeerde Duitsers waren, volgens Fox, ervan overtuigd dat een oorlog tussen Amerika en Japan onvermijdelijk zou zijn. De wens was wellicht de vader van de gedachte. De Verenigde Staten zouden in dat geval immers in het kamp van de Centrale Mogendheden terecht kunnen komen. Fox flirtte niet alleen met een "Deutsch- Amerikanische Freunschaft", maar ook met een Amerikaanse interventie in de oorlog. Het is, al met al, niet onbegrijpelijk dat zijn boek in 1918 door het Amerikaanse Ministerie van Oorlog op een zwarte lijst werd geplaatst (6).

Fox was niet alleen naar Duitsland gekomen. Begin januari 1915 ontving hij in Berlijn het bericht van het Ministerie van Buitenlandse Zaken om zich te melden bij de Generale Staf. Hij schreef: "There I found waiting Dawson, the photographer who had accompanied me from America, and a plump, smiling, philosophical Austrian, Theyer, a Cino-operator who was to go along with Dawson and make "Movies" of the front" (7). Over Dawson's achtergrons als fotograaf heb ik geen gegevens aangetroffen. De Oostenrijker had in ieder geval ruime ervaring als cameraman. Reeds in 1908 filmde hij voor Pathé de zeiltocht van de schrijver Jack London langs de eilanden van de Stille Oceaan (8).

Het drietal bezocht onder begeleiding van de Duitse luitenant Herrmann de stad Metz en het militaire hoofdkwartier in Charleville. Herrmann onderhield niet alleen het contact met de twee fotografen en Fox. Zijn taak was blijkbaar vooral ook het uivoeren van bevelen van hogerhand. De plaatsen die werden aangedaan waren waarschijnlijk van tevoren vastgesteld. In Charleville kreeg hij opdracht om naar het front bij Lille te vertrekken. Op aanwijzing van de Generale Staf werd aldaar het station bezocht dat door een Franse vliegtuigbom was getroffen. De Duitse begeleiding kwam hier zeer van pas: Dawson en Theyer konden gebruik maken van een militaire vrachtwagen om de zware filmcamera's te vervoeren. Achterop het voertuig werden opnamen gemaakt van het verwoeste station. De grote apparaten zorgden echter, typisch genoeg, voor de nodige argwaan. Een soldaat van de Landwehr stond, volgens Fox, op het punt de fotografen te arresteren, toen de Duitse luitenant nog net op tijd terugkeerde (9). Dit incident geeft mijns inziens aan, hoe moeilijk het geweest moet zijn om (zelfs onder begeleiding) ongehinderd te filmen aan het front. De fotografen bezochten tenslotte Commines. Gewoonlijk begonnen de artilleriebeschietingen pas in de middag, maar voor de camera's werden reeds eerder enkele salvo's afgeschoten. De gebeurtenis werd aldus, in verband met een betere belichting voor de fotografen, min of meer in scene gezet.

Dawson en Theyer bezochten het Westelijk front gedurende een betrekkelijk rustige periode. Dit was waarschijnlijk één van de redenen waarom zij op dat moment werden toegelaten. Toen Fox namelijk de gevechten aan de Masurische meren in Oost- Pruisen van dichtbij meemaakte, bleven de twee fotografen (in Berlijn?) achter. Albert K. Dawson kreeg pas in de lente van 1915 opnieuw toestemming om naar het front te gaan. Op 1 mei 1915 startte de Oostenrijkse troepen, versterkt door het Duitse Elfde Leger, met een verassend snel offensief vanuit de Karpaten. Verantwoordelijk voor dit succes was de Duitse generaal Von Seekt: de soldaten voerden een ongelijk verdeelde maar snelle aanval op de Russische stellingen uit. Het offensief werd aldus in gang gehouden en de versterkingen van de tegenstander kwamen veelal te laat. (Deze strategie doet denken aan het Duitse lenteoffensief van 1918). Al op 14 mei 1915 werd de rivier de San, ongeveer honderd kilometer verderop, bereikt. De aanval richtte zich vervolgens op de fortificaties van de fel bestreden stad Przemysl, een strategisch knooppunt van spoorlijnen. De inname van Przemysl (3 juni 1915) betekende het einde van de eerste fase van het Duits- Oostenrijkse offensief. In september was Polen bezet en waren de Russische troepen uit geheel Galicië verdreven (10).

A NEW DEPARTURE

THE AMERICAN CORRESPONDENT FILM CO., Inc.

OF 220 WEST 42nd STREET, NEW YORK CITY

HAS A SPLENDID OFFERING FOR EXHIBITORS. REAL LIFE MOTION PICTURE FEATURES BY EDWARD LYELL FOX, AUTHOR OF "BEHIND THE SCENES IN WARRING GERMANY," AND A. K. DAWSON, BOTH SPECIAL ENVOYS OF THE A C F AT THE FRONT.

NOW READY TO BE SHOWN

The Battle and Fall of Przemysl!!!

or Smashing the Armies of the Czar!!!

A Moving Picture which Depicts for the First Time an Immense Military Movement.

The swift progress of the enemies of the Czar, as reported in the newspapers, is the astonishment of all mankind. "Oceans" of men under the German General von Mackensen and Archduke Frederick of Austria-Hungary, with the assistance of gigantic Howitzers, swept away all barriers — ruined towns and left the dead strewn upon the fields, "like trees against a hill," then crowded upon Przemysl, where the Russians fought desperately to hold back the tide of disaster—but only long enough to enact a frightful conflict did the oncoming legions hesitate. Grimly, yet with a system unparalleled, the advancing forces came—long traction conveyances, armored trains, transport coaches, automobiles, cavalry, artillery and infantry—a mobilization the like of which had not been seen before — and then the bursting of the storm!—The clatter of machine guns and rifles, the boom of field artillery and the crash of thundering howitzers, the shouting and groans of the fighting and the dying filled the air with an unearthly din. Bursting shells and burning building, made red the night and the "blood thirst" of the strife left behind a ghastly scene of desolation! What a tragedy! What a picture!

Edward Lyell Fox, Albert E. Dawson and two associates. Special movie war correspondents of the American Correspondent Film Co. of 220 West 42nd Street, New York.

Splendid Work of Our War Correspondents

As splendid as the battle was terrible, were the achievements of the special representatives of the American Correspodent Film Co., Inc., in and about the doomed city. With tireless activity and almost reckless daring they caught the pictures of the awful eddies of battle and garnished the scenes with a recital that is at once dramatic and appealing. Imagine the interest these motion pictures inspire—realize how great is the news story of THE BATTLE AND FALL OF PRZEMYSL. It is the best of the many wonderful stories from the gifted brain of Edward Lyell Fox—the best because it depicts a most wonderful sight to behold!

BE WISE IN YOUR OWN GENERATION! Get this great A C F Feature before your neighbor.

FOR DISTRIBUTION PARTICULARS WRITE

AMERICAN CORRESPONDENT FILM CO., Inc., 220 W. 42d Street, New York City

BOOKED ON A C F FEATURES

De American Correspondent Film Company adverteert in de publiciteit voor THE BATTLE AND FALL OF PRZEMYSL op sensationele wijze het Duits-Oostenrijkse offensief van 1915:
" Grimly, yet with a system unparalled, the advancing forces came... and then the bursting of the storm!
....Bursting shells and burning building, made red the night and the 'blood thirst' of the strife left behind a ghastly scene of desolation! What a tragedy! What a picture! "

Let overigens op de prominente plaats van Edward Lyell Fox in deze advertentie.

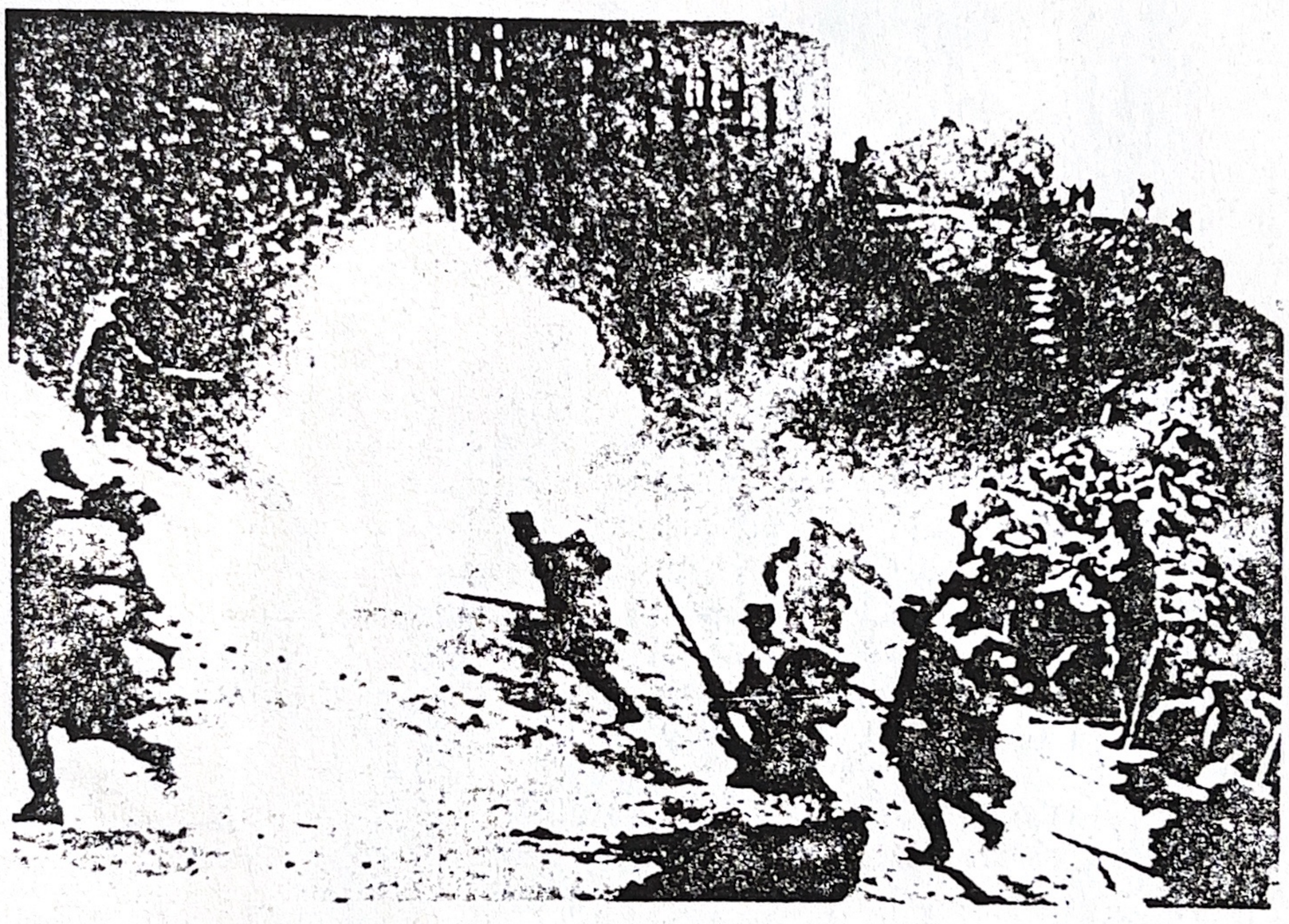
- Variety, 31 juli 1915, pg. 21

Twee fotografen van de American Correspondent Film Company, Albert K. Dawson en John Allen ("Jack") Everets, deden naderhand verslag van hun ervaringen in Galicië. Dawson vertelde zijn vriend Francis Collins dat het tien dagen duurde voordat hij de belegerde stad Przemysl bereikte. Alhoewel zijn militair paspoort toestemming gaf om van ieder geschikt vervoersmiddel gebruik te maken, lukte het de cameraman niet om sneller te reizen dan de bevoorradingstroepen. De reis was, evenals het verbijf buiten Przemysl, vermoeiend en weinig comfortabel. Dawson vertelde: "Sometimes I travelled by train, and at other times om the government automobiles rushing towards the front, but most of the distance was covered tediously in army wagons. My tent was finally pitched with the artillery shelling Przemysl. It was hardly a tent but rather a very crude shelter made with barrel hoops covered with blankets, but it kept most of the weather off for a couple of weeks" (11). De Amerikaan vertelde hoe het plaatsen van de howitzers en de beschieting van de stad filmde; het lawaai was zo hevig dat hij, net als de soldaten, zijn oren had dichtgestopt met katoen.

De belevenissen van Everets zijn opvallend gedetaillerd door hemzelf in Motion Picture Magazine beschreven en doen tamelijk realistisch aan. Nadat het offensief was gegonnen, bleef de cameraman gedurende enkele dagen vol ongeduld in Tarnow achter. Het lukte hem uiteindelijk om, net als Dawson, in het etappeverkeer met een paard en wagen mee te reizen. Na een tweede oponthoud van drie dagen in Sansk reed hij met een snelle militaire auto mee naar Przemysl. Everets bereikte vervolgens het miltaire hoofdkwartier dat zich op acht kilometer afstand van de fortificaties bevond. De Oostenrijkers behandelden hem, naar hij schreef, uiterst vriendelijk. Nadat de artillerie in positie was gebracht, gaf generaal Martine hem zelfs een belangrijke tip over het aanstaande bombardement: "If you want to see something interesting, be on your way early in the morning to Cote 404. My adjudant will tell you how to get there" (12). Om half zes de volgende ochtend werd Everets met een schok wakker: de artilleriebeschieting was begonnen. Hij klom zo snel mogelijk achterin een huifkar en volgde met de soldaten een weg die de heuvelrug voor Przemysl inslingerde. Al voordat hij de top bereikt had moest de Amerikaan uitstappen; een officier vertelde hem dat de weg verderop onder vuur lag en dat hij beter te voet kon verder gaan. Het ongemak van de zware apparatuur gaf hem genoeg reden tot klagen: "Extremely consoling, I thought him, and at the moment I wished I had never seen the front. He gave me two men to help carry my apparatus, ... it seemed an eternity before we reached the crest of the first hill" (13). Aan de overzijde van een vallei zag Everets nu de beloofde heuvel Cote 404. Bescherming zoekend tegen de Russische granaten bereikte het gezelschap tenslotte een observatiepost. De tocht was moeizaam en niet zonder gevaar verlopen, maar de tip van de Oostenrijkse generaal bleek de moeite waard. Everets schreef: "The pictures were all made from Oberst-lieutenant Rittner's observation-hole, from which he had been watching the breaking of the Austrian shells on the outer works of Przemysl. This gave me a clear, unobstructed view" (14).

In augustus 1915 bracht de American Correspondent Film Company de eerste oorlogsdocumentaire in de Verenigde Staten uit: THE BATTLE AND FALL OF PRZEMYSL. De begeleidende filmtekst was van de hand van Edward Lyell Fox (15). Dit doet het ergste vermoeden. Over de Franse en Britse militaire inspanningen schreef Fox met een zekere reserve. Zoniet echter over de Russische militairen. Van hen werd een beeld geschetst dat de suggestie opriep van wilde beesten. Een groep krijgsgevangenen werd bijvoorbeeld aldus beschreven: "One recognized the Russian smell which sickens you in the great prison camps all over Germany. As we looked at them the muttering ceased and uneasily they shifted about .... and instinctly you thought upon realizing the utter ignorance of their faces waiting for a sentence of death" (16).

Met ondertitels als "Smashing the Armies of the Czar" (zie illustratie) haakte het filmbedrijf dan ook in op de afkeer bij veel Amerikanen van het



Beeldfragment uit THE BATTLE AND FALL OF PRZEMYSL
(American Correspondent Film Company, 1915)

autocratische Rusland. Veel Joden waren, met name na de pogroms van 1905, naar de Verenigde Staten gevlucht en van menig Duits-Amerikaan kon evenmin verwacht worden dat de sympathie voor Rusland groot was. Of, zoals filmrecensent Lynde Denig in Moving Picture World schreef:" To a degree, of course, the picture tends to glorify the prowess of the Teutonic Allies. It could not be otherwise, for cameraman A.K.Dawson was one of them...")17). In een weinig overtuigende poging om deze kritiek voor te zijn, beriep het bedrijf zich op het 'neutrale' karakter van de films. Dit zou ondermeer worden aangetoond door de vriendelijke ontvangst van Dwason bij de Amerikaanse ambassadeur in Berlijn (18). THE BATTLE AND FALL OF PRZEMYSL liet inderdaad een gesprek tussen de cameraman en Gerard zien (19). Wellicht werden enkele nietszeggende beleefdheden uitgewisseld.

De film werd, ondanks het patijdige karakter en de slechte fotografie in sommige scenes, over het algemeen goed ontvangen in de Amerikaanse amusementswereld. De recensenten schreven over een indrukwekkende afwisseling van opnamen :het aanleggen van pontonbruggen, het troepentransport, de verkenningen vanuit de lucht. Billboard benadrukte het authentieke karakter van de beelden: in tegenstelling tot veel andere oorlogsfilms, die bestonden uit (illegale) compilaties of copies, had de filmvertoner de zekerheid dat de negatieven uit Europa waren gebracht. (20). Dit was, afgezien van het persoonlijke, aantrekkelijke element voor het publiek, één van de redenen waarom Dawson tijdens het beleg van Przemysl regelmatig in beeld verscheen. Hij eet met de soldaten in de loopgraven, verkent de ruines en het publiek zag hem hoogst persoonlijk aan het werk met zijn camera.
De recensent van Motion Picture News was op zijn beurt vooral onder de indruk van het grote aantal Russische krijgsgevangenen dat werd getoond (21). Het meeste opzien echter baarde een scène die zich kort voor de val van Przemysl zou hebben afgespeeld. De Oostenrijkse infanterie stormt in deze opname een heuvel op en tracht een opening in de buitenste muur van de fortificaties te forceren. Met wat een gevoel van ongeloof en bewondering moet zijn geweest, schreef de recensent van Variety :" Is is so well photographed one might for a minute suspect it was staged for the benefit of the camera, but this is overshadowed when... one sees the dying kicks of one poor devil who fell as his comrades strode into the rain of bullets. The manner in which he falls and his dying convulsions are enough to convince the most sceptical. This scene will repay anyone "(22).

THE BATTLE AND FALL OF PRZEMYSL moet helaas als verloren worden beschouwd. Een beeldfragment van de veelbesproken infanteriecharge is echter, omdat het voor publiciteitsdoeleinden werd gebruikt, bewaard gebleven. Volgens Francis Collins in zijn boek " The Cameraman " (1916), was deze uitzonderlijke close-up opname voornamelijk een kwestie van toeval. De cameraman verwachtte een aanval van de infanterie en had zich van tevoren achter een stenen muur geplaatst. De moeite van het wachten werd pas na enkele uren beloond. Deze verklaring lijkt plausibel. Bekijkt men echter de afbeelding nader (zie illustratie), dan zijn er desondanks redenen om aan te nemen dat de aanval kort na de inname van Przemysl werd nagespeeld. Het beeld geeft namelijk een uitstekend overzicht van de gebeurtenis en de inslag van de munitie lijkt (uit dramatisch oogpunt?), gezien de enorme rookwolken, gefingeerd (23).

Dawson en Everets volgden na de val van Przemysl het Duits-Oostenrijkse offensief door Galicië en Polen. Naar verluidt waren zij in het gezelschap van maar liefst 14 assistenten die extra camera's en benodigdheden voor het ontwikkelen van de films met zich meedroegen (24).Hun films werden op 22 november 1915 door de American Correspondent Film Company uitgebracht onder de titel BATTLES OF A NATION. Werkelijke gevechtsopnamen kwamen, zoals de filmtitel suggereerde, in de documentaire niet voor. Enkele scènes werden, volgens Billboard, zelfs nagespeeld omwille van het aantrekkelijke aangezicht. De inhoud van spoel I en II omschreef het blad als Duitse propaganda. Het werk in de Krupp fabrieken werd hierin ondermeer afgebeeld, evenals grote pakhuizen, volgeladen met voedsel. Poolse krijgsgevangenen verrichten nuttig werk als landarbeiders. Duitse burgers doen hun bijdrage aan de oorlogseconomie

door metaal in te zamelen voor de produktie van munitie. Een recensent van Variety verwonderde zich over de vele burgers die ogenschijnlijk net als in vredestijd verder gaan met het dagelijks leven(25). Motion Picture News geeft met de volgende beschrijving een goede indruk van de teneur in dit gedeelte van de film: " .... these films will show ... an army of workers in the German gun and munition factories, each performing his share gladly, effectively" (26). Spoel II liet vervolgens onder meer de militaire feestvreugde na de inname van Przemysl zien. In spoel III en IV volgde de opmars naar en de bezetting van Lemberg, de hoofdstad van Galicïe. Tenslotte werd van veraf de luchtverkenning en de beschieting van Warschau getoond .

BATTLES OF A NATION werd geëxploiteerd door de filmafdeling van de Buffalo Times (New York) ; de American Correspondent Film Company beschikte zelf niet over een distributiebedrijf. De verkoop van de filmrechten verliep opvallend snel in het midden westen van de Verenigde Staten. In Cleveland (Ohio) werd de film gedurende minstens drie weken onder auspicïen van de Cleveland Plain Dealer vertoond (27). Dit blad werd door de Britse propagandisten als onvriendelijk gekenmerkt (28). BATTLES OF A NATION was met name een kassucces in het Park Theater in New York, alwaar een geheel nieuwe interpretatie gegeven werd aan het begrip neutraliteit. Nadat een dia was vertoond waarin het publiek werd verzocht om onpartijdig te blijven, verscheen een dame op het toneel die uit volle borst "Die Wacht Am Rhein" begon te zingen (29).

Op 28 november 1915 was in Chicago inmiddels de derde oorlogsdocumentaire van de American Correspondent Film Company in première gegaan: THE WARRING MILLIONS. De publiciteitsschrijvers van het bedrijf probeerden, aansluitend op de reakties op de veelbesproken infanteriecharge in THE BATTLE AND FALL OF PRZEMYSL, duidelijk te maken waarom de film zo'n succes zou zijn: "Why? Because it is the only picture that has ever shown an actual battle fought from the beginning to the end ..... Charge after charge of men and blood thirsty armies. Heroes falling in winrows before the whitering fire of the enemy. THAT'S THE REASON!" (30). Waarschijnlijk waren de werkelijke gevechtsopnamen al net zo zeldzaam als in de vorige films van het bedrijf. De beelden met een zekere nieuwswaarde beperkten zich tot enkele opnamen van de belegering van Ivangorod in Russisch Polen. Voor het overige doet de film sterk denken aan BATTLES OF A NATION. De nadruk lag vooral op de activiteiten aan het Duitse thuisfront en in het militaire achterland. Een gedeelte van deze documentaire werd in mei 1916, ondanks het weinig recente karakter na verloop van tijd, door de Mutual Film Corporation uitgebracht onder de titel THE FIGHTING GERMANS (31).

Nadat het Duits-Oostenrijkse offensief aan het oostelijk front in september 1915 tot stilstand was gekomen, ging de American Correspondent Film Company op zoek naar een nieuw terrein voor oorlogsfilms.Gedurende de zomer van dat jaar hadden geheime onderhandelingen met Bulgarije plaatsgevonden. Oostenrijk-Hongarije beloofde in ruil voor militaire steun een gedeelte van Macedonïe dat in 1913 door Servïe was ingenomen. Deze belofte en de militaire verliezen van Rusland aan het oostelijk front gaven uiteindelijk de doorslag: in oktober 1915 verklaarde Bulgarije de oorlog aan Servïe. Terwijl een Duits-Oostenrijks leger over de Donau naar het zuiden optrok, sneden de Bulgaarse troepen de verbindingen tussen Servïe en het Geallieerde expeditieleger in Saloniki af. In de lente van 1916 werd Servïe alsgevolg van dit offensief door de Centrale mogendheden bezet (32).

Edward Lyell Fox bleef ook na THE BATTLE AND FALL OF PRZEMYSL werkzaam voor de American Correspondent Film Company. In augustus 1915 schreef hij het scenario voor een korte documentaire over de Duitse militaire voorbereidingen aan het thuisfront. De film kreeg de veelzeggende titel SYSTEM, THE SECRET OF SUCCES (33). Nadat Fox, volgens een artikel in Moving Picture World, een tip had gekregen over de Bulgaarse interventie in de oorlog, vertrok hij zo snel mogelijk naar Sofia. In Roemenïe werden zijn filmcamera's bijna geconfisceerd, maar hij bereikte uiteindelijk de Bulgaarse hoofdstad. Na aankomst werd hem, via bemiddeling van de Duitse ambassadeur, een speciaal paspoort overhandigd. Fox volgde in het gezelschap van de reeds genoemde cameraman Everets en en een Bulgaarse kok annex tolk het offensief in Servïe. Het vervoersmiddel voor de camera's en bagage was een ouderwetse ossewagen. Everets filmde onder meer opnamen over de val van Pirot en Nish.

Fox reisde door naar Constantinopel, en filmde zelf in de buurt van Gallipoli. Eenmaal teruggekeerd in Berlijn maakte hij opnamen van de krijgsgevangenenkampen buiten de stad. In Wenen, tenslotte, ontving hij (waarschijnlijk van het militair filmarchief) beelden over de inname van Belgrado. Reeds in december 1915 was hij terug in de Verenigde Staten. De films van Everets, die in Servië was achtergebleven, zouden pas later arriveren. Interessant is de aangevoerde reden :" the delay being due to the Bulgarian censorship rule prohibiting the release of war pictures until a sufficient time has elapsed as to render their military value negligible "(34).

De reis van Everets en Fox over de onverharde Servische landwegen in een ossewagen moet een ongemakkelijke ervaring zijn geweest. Albert K.Dawson had, evenals tijdens zijn reis door Galicië, opnieuw reden tot klagen. Vanuit Berlijn schreef Dawson op 7 februari 1916 aan het blad Billboard dat hij gedurende de afgelopen twee maanden het Bulgaarse leger met zijn camera's had gevolgd. Hij was "...right on the front most of the time, but saw more bugs (ongedierte) than bullets - though bullets were plenty, too" (35). Dawson voelde zich bovendien, naar hijzelf schreef, erg eenzaam en hij zou blij zijn wanneer hij naar Amerika kon terugkeren. Zijn werkzaamheden in de Verenigde Staten hadden echter evenmin een gelukkige afloop. Dawson keerde inderdaad in 1916 terug en begon een eigen zaak als fotograaf in Hartfort (Connecticut). Na de Amerikaanse interventie maakte hij het zelfs tot kapitein bij de afdeling luchtfotografie van het US Signal Corps. Maar zijn verleden achterhaalde hem. Op 28 februari 1918 werd in het proces tegen de voormalige vicedirecteur van de American Correspondent Film Company de naam van Albert Knox Dawson genoemd. Alhoewel de officier van justitie hem niet in staat van beschuldiging stelde vanwege zijn werk voor het bedrijf, reageerden zijn militaire superieuren met een korte verklaring: Dawson zou voor de krijgsraad komen. De formele aanklacht betrof het verduisteren van fotografisch materiaal ter waarde van zestig dollar (36). Het was aldus, waarschijnlijk, dat het militair blazoen onbesmet bleef; Albert K. Dawson ontving op 29 maart 1918 zijn ontslag uit het Amerikaanse leger (37).

Het is niet waarschijnlijk dat de American Correspondent Film Company na 1915 nog een nieuwe oorlogsdocumentaire op de markt bracht. Een niet nader aangegeven film over de militaire campagnes in Servië en Turkije werd weliswaar in mei 1916 in New York vertoond. Volgens de New York Times waren de opnamen van de verdediging bij Gallipoli de eerste beelden die de Turkse deelname aan de oorlog lieten zien. Slechts één spoel had betrekking op het Bulgaarse offensief in Servië (38). Het is echter ten zeerste de vraag of deze documentaire afkomstig is van Fox en Everets. Zoals in hoofdstuk 6.2.zal worden beschreven, leed het filmbedrijf al vrij snel onder het probleem van een onregelmatige aanvoer van materiaal. Duidelijk is in ieder geval, dat zowel de vakbladen als de auteursrechterlijke gegevens na december 1915 niet langer melding maken van een nieuwe oorlogsfilm van het bedrijf.

BESLUIT

Propagandistische overwegingen hadden, al met al,een aanzienlijke invloed op de nieuwswaarde van de documentaires van de American Correspondent Film Co. BATTLES OF A NATION liet, zoals de vakpers uitgebreid beschreef, een efficiënt en hardwerkend Duits thuisfront zien. Vooral Edward Lyell Fox zorgde met zijn filmteksten voor onder meer THE BATTLE AND FALL OF PRZEMYSL waarschijnlijk voor een belangrijke, partijdige bijdrage. Het was met name deze laatste film die in de Amerikaanse filmwereld veel opzien baarde. De reden hiervoor lag, opmerkelijk genoeg, niet zozeer bij het partijdige karakter alswel bij de sensatie die werd gewekt naar aanleiding van een slotscène over het beleg van Przemysl. Het is niet uitgesloten dat de opnamen van de infanterie-aanval (ten behoeve van een dramatische climax ?) naderhand in scène zijn gezet. Niet alleen de propaganda was echter van invloed op de films. De omstandigheden aan het front maakten dat het werk van Dawson en Everets, ondanks de speciale privileges, een zware opgave bleef. De argwaan van de militaire politie hoefde er, zoals men aan het Duitse front ervaarde, niet minder op te worden. De camera's waren groot en nauwelijks mobiel. Speciaal transport en hulp van assistenten was daarom vaak nodig. Maar zelfs dan nog was het zoals tijdens het offensief in Galicië, practisch onmogelijk om de militaire acties snel en alert te volgen. Dit ongemakkelijke leven was voor Dawson uiteindelijk reden om op een spoedige reis naar huis te hopen.

DONALD C. THOMPSON

Vanwege zijn gewiekst optreden was deze kleine oorlogsfotograaf uit Kansas soms zeer succesvol. Tot zijn belangrijkste prestaties behoren het filmen van de Engelse verdediging bij Mons (september 1914) en de Februari-revolutie in Petrograd.

V DONALD C. THOMPSON : EEN FREELANCE CAMERAMAN MET STERALLURE

"It is in time of war that the cameraman has opportunity to make a hero or an ass of himself for the sake of a picture ",
- Rob Wagner, 'Film Folk' (New York 1918), pag. 145.

INLEIDING

De Amerikaanse cameraman ten tijde van de eerste wereldoorlo werkte meestal op zichzelf. Slechts bij uitzonderlijke gelegenheden stuurde het bedrijf een filmploeg op de gebeurtenis af. Een voorbeeld hiervan is het bezoek van Maarschalk Joffre aan de Verenigde Staten in mei 1917. Fotografen van het bioscoopjournaal Mutual Weekly waren van te voren op de hoogte gebracht van de route die de Franse "held van de Marne" zou volgen door New York. De film opende een algemeen overzicht van de locatie. Dit was over het algemeen standaard procedure. Opvallend echter was de positie van de camera; regisseur Bell Mitchell had een fotograaf bovenop een wolkenkrabber gezet. De bedoeling volgens Motion Picture News, was dat aldus een indruk werd gegeven van "..the mighty tides of humanity that surged through City Hall Park" (1). Vervolgens werden opnamen vertoond die waren genomen langs de route. Het bioscoopjournaal eindigde met een close- up van de Franse maarschalk. Uiteindelijk immers was hij degene naar wie alle aandacht uitging. De film geeft, al met al, een goede illustratie van de wijze waarop het nieuws in beeld gearrangeerd werd.

Omdat, zoals gezegd, de meeste films door een individuele cameraman gedraaid werden, was hij degene die snel en vakkundig de nodige beslissingen moest nemen. Persoonlijkheid speelde hierbij een niet te onderschatten rol. De gebeurtenissen moesten zoveel mogelijk geanticipeerd worden: waar gebeurde wat en wanneer? Dit vroeg om nogal wat overredingskracht en improvisatievermogen. Een nieuwsfilmbedrijf als de Universal Animated Weekly had in 1914 welliswaar speciale telegrafische verbindingen aangelegd om zo snel mogelijk bij een ramp aanwezig te kunnen zijn (2). Het was echter de cameraman die het uitvoerende werk moest doen en men kan zich voorstellen, dat bijvoorbeeld de spoorwegen er niet op gebrand waren om hun naam op het witte doek te zien in geval van een treinramp. Wanneer het de cameraman echter lukte om dergelijke obstakels te omzeilen, dan kon hij verzekerd zijn van een primeur. Uitslaande branden, treinbotsingen, vulkanische uitbarstingen: bij dergelijke onderwerpen gold, dat alleen het bedrijf dat de eerste opnamen gereed had, gegarandeerd kon zijn van een succes. De prestaties van de desbetreffende cameraman werden bovendien door de producenten stevig geadverteerd in de filmvakbladen

Het merkwaardige verschijnsel deed zich voor, dat sommige fotografen die in vaste dienst waren bij het bedrijf, uitgroeiden tot regelrechte filmsterren. Daarbij werden ze overigens in belangrijke mate geholpen door de publiciteitsschrijvers van het produktiebedrijf. De cameraman van Mutual Weekly, Lawrence Darmour, (later een luitenant in het U.S. Signal Corps) behoorde tot deze categorie. In 1915, toen hij pas 20 jaar was, onderging Darmour zijn vuurdoop bij het filmen van een staking in New Yersey. De politie stormde een hoofdingang van een fabriek binnen en opende het vuur op stakende arbeiders. De menigte vluchtte in

paniek, maar Darmour bleef, volgens Moving Picture World, aan de camera draaien (3). Het resultaat was een kogelgat in zijn nieuwe Derby hoed; een indrukwekkende film en veel publiciteit voor de Mutual Film Corporation.
Naam en faam van Darmour groeide gestaag: nog in hetzelfde jaar werd hij naar Europa gezonden (een opmerkelijk verschijnsel bij de bioscoopjournaals) en zorgde opnieuw voor een primeur met zijn filmopnamen van het vredesschip dat ondermeer door de fabrikant Henry Ford naar Europa was gestuurd om de oorlog te beëindigen(4).

De filmcorrespondenten aan het Europese front verschilden uiteraard uiterma-te in sommige opzichten sterk ten opzichte van hun collega's in de Verenigde Staten. Meestal konden zij niet ter plekke beslissen wat wel en niet te filmen; deze taak werd overgenomen door de militeaire censuur. Persoonlijke kwaliteiten waren echter ook bij hen van belang. Soms lukte het namelijk wèl om interssante opnamen te maken van de oorlog, maar daarvoor was veel improvisatievermogen, inzet en vooral brutaliteit nodig. Als er tijdens de Eerste Wereldoorlog ooit een Amerikaanse cameraman is geweest die voor dergelijke kwalificaties in aanmerking kwam, dan was dat wel Donald Thompson. Uitgebreide documentatie over de werk-wijze van Amerikaanse filmcorrespondenten in Europa is vrij schaars. Thompson werd echter regelmatig genoemd, niet alleen in de filmbladen maar ook door een schrij-vende collega: Edward Alexander Powell van de New York World. Tenslotte is daar het door hemzelf geschreven, curieuse boek ' Donald Thompson in Russia '
(New York 1918). De belevenissen van John Reed, de correspondent voor het socialistische blad The New Masses, in het Rusland van de revolutie over het al-gemeen genoegzaam bekend. Niemand heeft zich echter bij zijn weten afgevraagd of de Revolutie en de gebeurtenissen aan het Oostelijk front ooit door een buitenlander zijn gefilmd. Thompson's ervaringen in Rusland maakten hem in Ame-rika (kortstondig weliswaar) tot een nationale bekendheid. In november 1917 bijvoorbeeld werd hij waarschijnlijk als eerste oorlogsfotograaf geïntervieuwd door de New York Times.

Alhoewel Thompson natuurlijk een handje geholpen werd door de Revolutie, ging de bekendheid die hij verwierf niet vanzelf. Hij heeft er over het algemeen zelfs veel moeite voor gedaan; als de jonge cameraman een beeld van zich-zelf heeft gehad, dan was dat van een geboren avonturier. Hij gedroeg zich dan ook als zodanig. Dit maakte hem zondermeer tot een kleurrijke persoonlijkheid. Opmerkelijk is echter, dat Thompson net als veel van zijn collega's in de Verenig-de Staten zoveel mogelijk zijn persoonlijke kwaliteiten tijdens het werk naar voren schoof. Publiciteitsoverwegingen speelden daarbij waarschijnlijk een be-langrijke rol. Juist dit zo commercieel getinte element maakte Thompson in veel opzichten tot een typisch Amerikaanse cameraman. Het had eveneens tot gevolg dat hij nog al eens, naar het hem uitkwam, een spelletje speelde met de waar-heid. De bedoeling van dit hoofdstuk is om, tegen deze achtergrond, de werk-wijze en ervaringen van Donald Thompson nader te beschrijven.

Over de vroegste werkzaamheden van Thompson, die in 1887 werd geboren in Topeka (Kansas), is weinig bekend. Zeker is echter, dat Thompson voor het eerst de aandacht trok toen hij in 1912 met zijn filmcamera de Conventie van de Democratische Partij in Baltimore versloeg. Zijn werk als freelance cameraman ver-liep, volgens Motion Pictures News, vanaf dat moment voorspoedig: hij werd een vast lid van de fotografische Unusual Angle Club en bekend bij menig redacteur (5).

Toen Oostenrijk-Hongarije op 28 juli 1914 de oorlog verklaarde aan Servië, werkte Thompson als fotograaf bij een dagblad in Montreal. Op 1 augustus, toen Duitsland was overgegaan tot een algehele mobilisatie, besloot hij om zo snel mogelijk naar Europa te vertrekken. Thompson stuurde een telegram naar één van zijn werkgevers, het geillustreerde blad Leslie's Weekly in New York, maar er was een vertraging in de verzending. Hij besloot niet langer op een antwoord te wachten en kocht op eigen kosten een fotografische set. Zijn drie Eastman-Kodak film-camera's waren zelfs voor die tijd ongewoon groot en zwaar. Hij had er echter een duidelijke reden voor: op deze wijze kon niemand hem beschuldigen van spionage (6).

De jonge Amerikaan had een schriftelijke toestemming ontvangen van Generaal Sam Hughes om de Canadese troepen te filmen die naar Europa zouden vertrekken.

Bewapend met deze papieren en zijn paspoort meldde hij zich bij het Britse Ministerie van Buitenlandse Zaken in Londen. Hier kreeg Thompson te horen dat hij het front mocht bezoeken zodra de Franse regering hem daartoe toestemming zou geven. Hij wachtte twee dagen en besloot de gang van zaken te bespoedigen door alvast naar Parijs te gaan. Na aankomst overhandigde de Amerikaanse ambassadeur Myron T.Herrick hem een aanbevelingsbrief voor het Ministerie van Oorlog. Het Franse antwoord was echter bepaald ontmoedigend. Men vertelde hem dat hij naar het front mocht, maar alleen met goedkeuring van de Britse militaire autoriteiten. Alles wees erop dat hij aan het lijntje werd gehouden en Thompson trok al snel de enig juiste conclusie: officieel werden geen camera's toegelaten aan het front (7).

Thomson besloot om op eigen verantwoordelijkheid uit Parijs te vertrekken. In totaal moet hij ongeveer negen pogingen daartoe hebben ondernomen. (In 1918 was dit aantal onder invloed van zijn grootspraak overigens uitgegroeid tot 14!) Het geduld van de autoriteiten raakte na acht arrestaties op. Onder een escorte van twee gendarmes werd Thompson naar Amiens gedirigeerd. Het was de bedoeling dat hij vandaar zou doorreizen met de veerboot naar Engeland. Nadat hij op aandrang van zijn begeleiders een kaartje had gekocht voor Londen, werd de Amerikaan in de stationshal achtergelaten. Rond elf uur 's avonds arriveerde een Britse militaire trein. Thompson stelde zich voor aan de soldaten (waarschijnlijk Fifth Royal Scots) die als onderdeel van de eerste vier divisies in Frankrijk vanuit Maubeuge naar België werden gestuurd.

Een zekere mate van ijdelheid speelt altijd een rol in de fotografie. Niet voor niets, bijvoorbeeld, lieten de eerste reizende bioscoopexpolitanten opnamen zien van vooraanstaande burgers uit de stad waarin de films werden vertoond. Thompson wist van dit verschijnsel eveneens handig gebruik te maken: hij fotograafeerde de poserende Tommies die, naar hijzelf vertelde, bereid waren tot een wederdienst (8). De soldaten hielpen hem bovenop een trein; vanuit deze positie fotografeerde Thompson het transport van de gewonden. De magnesiumflits zorgde echter voor de nodige consternatie. Sommigen dachten dat een Duitse granaat was ingeslagen. Het gevolg was dat de cameraman voor de negende keer in hechtenis werd genomen. Hij zou België waarschijnlijk nooit bereikt hebben als de Britse soldaten hun Amerikaanse vriend niet waren vergeten; ze verzekerden de spoorwegpolitie dat Thompson bij hun regiment hoorde. Om twee uur 's ochtends reed opnieuw een militaire trein het station binnen. Thompson klom in een wagon en ging onder een zeildoek liggen. Toen hij enkele uren later wakker werd bevond Thompson zich met ' zijn ' regiment vlakbij Mons (Bergen). Na acht mislukte pogingen had hij uiteindelijk het front bereikt. Daarvoor was veel doorzettingsvermogen en tact nodig geweest. Bovendien had Thompson geluk: als hij interessante opnamen van de oorlog wilde maken, dan was Mons geen slechte keuze.

Het Duitse offensief aan het Westelijk front kwam als een grote verrassing voor de Franse Generale Staf. In 1912 had Maarschalk Joffre zijn beruchte Plan XVII opgesteld, dat rekening hield met een Duitse aanval door de Ardennen.Op basis van deze foutieve veronderstelling zou het Franse leger een tegenaanval plaatsen in de richting van Lotharingen. Tegen alle verwachtingen in echter, maakten de Duitse troepen een omtrekkende beweging ten Noorden van de Ardennen. Het Franse leger zag zich uiteindelijk, uit angst volledig omsingeld te worden, gedwongen tot een terugtocht naar de Marne. Voor de nodige dekking in de rug kreeg het Britse expeditieleger opdracht bij Mons stand te houden. Slechts op het laatste moment wisten de Britten zich te redden uit wat een uiterst penibele situatie geweest moet zijn. Niet voor niets zegt de legende dat een engel het Britse leger bij Mons heeft gered (9).

Nadat Donald Thompson bij Mons uit de trein was geklommen, liep hij gedurende twee uur mee met een regiment Scottish Highlanders. Hij volgde de soldaten de loopgraven in en begon te filmen.

Bijna direct kwam de cameraman onder Duits artillerievuur. Afgaande op de artikels uit de filmbladen, moet Thompson in deze toestand evenveel moed hebben gehad als de soldaten. Gevraagd of het filmen van de beschieting niet even gevaarlijk was als het vechten zelf, sprak Thompson op typische wijze:
" Yes, I suppose it is, but if you're going to be killed you will be, so why worry ? " (10). In een ander artikel wordt zelfs gemeld dat Thompson na het

haastige vertrek van de laatste Britse soldaat achterbleef om nog een opname te maken van de aanvallende Duitsers (11). dergelijke verhalen zijn hoogst onbetrouwbaar. Ten eerste zijn de hierboven aangehaalde artikels waarschijnlijk geschrevev door publiciteitsagenten van de twee bedrijven die Thompson's film exploiteerden (Paramount en de Arthur S.Kane Company). Ten tweede: ook Thompson zelf had er direct baat bij om, naar het hem uitkwam, zijn belevenissen enigszins gechargeerd te vertellen. Toen deze artikels werden gepubliceerd was hij namelijk bezig met de voorbereidingen voor de vertoning van zijn film SOMEWHERE IN FRANCE. Thompson's aanwezigheid in de bioscoop zou, zoals hij wist aan de film een toegevoegde waarde geven. Zijn onderkoelde presentatiewijze, die niet zonder de nodige bravoure was, werd uitgebreid beschreven in de locale pers om tenslotte aangehaald te worden in de Amerikaanse filmvakbladen.

Een meer betrouwbare versie van Thompson's doen en laten bij Mons heb ik aangetroffen in de New York Times. Hieruit blijkt dat de cameraman zeker niet zo roekeloos was als hij later zou suggereren. Thompson was in werkelijkheid zelfs verstandig genoeg om op het juiste moment te vertrekken. Hij vertelde: " You see, without knowing it I'd walked right into the battle of Mons. Well, after a couple of days I saw that the Germans were concentrating most of their fire on the British Army, so I moved over to visit the French a while. I hadn't been with the French very long, though, before I ran into a lieutenant who had arrested me in Paris...this fellow remembered me and said I'd have to be shipped back to Amiens " (12)

Na terugkeer in Amiens werd Thompson (ditmaal definitief) op een trein richting Engeland gezet. De problemen waren echter nog niet geheel opgelost. Thompson wist dat hij bij aankomst in Boulogne grondig zou worden onderzocht en zijn films zouden zeker in beslag worden genomen. De jonge Amerikaan werd naar verwachting behandeld. De politie zag zijn camera en was ervan overtuigd dat hij een Duitse spion was. Op het station van Boulogne werd Thompson volledig ontkleed en gefouileerd. De films werden echter niet aangetroffen;de cameraman had tegn betaling van 250 franse frank en enkele sigarenbandjes (waarvan Thompson beweerde dat het Amerikaanse oorlogsvaluta was) het celluloid overhandigd aan een Russische dame van aanzien die de films in haar bagage had verstopt (13).

Op zijn tweede tocht door België werkte Thompson als freelance fotograaf voor de New York World en de Londese Daily Mail. In de buurt van Brussel werd de Amerikaan verrast door een Duitse cavaleriepatrouille. Thompson trad hen met ontwapenende eenvoud tegemoet; hij trok een Amerikaanse vlag uit zijn broekzak en schreeuwde " Hoch der Kaiser en Auf Wiedersehn!" (14).Nadat hij had verteld dat zijn Canadese papieren slechts bedoeld waren om door de Gealieerde linies te komen (in werkelijkheid vertegenwoordigde hij een Duits perssyndicaat), werd Thompson vrijgelaten. De volgende dag werd hij opnieuw gearresteerd. Ditmaal bleek zijn listig optreden van weinig nut: de sabel van een woedende Duitse officier maakte korte metten met zijn filmcamera. Toch had hij ook hiermee rekening gehouden, want in Oostende waren zijn twee andere camera's voor noodgevallen opgeslagen. Na aankomst in Oostende meldde Thompson zich bij de Amerikaanse consul die hem voorstelde aan Edward A.Powell, de correspondent voor de New York World. Thompson's eerste reactie op deze ontmoeting geeft duidelijk blijk van zijn gehaaide instelling: " I noticed that Mr.Powell had a Belgian military car and that the soldiers jumped at his bidding. I thought that was the way I ought to travel" (15). Powell, die eerder weinig behulpzaam was geweest voor Edwin Weigle van de Chicago Tribune (zie hoofdstuk 4.3), maakte graag een uitzondering voor Thompson. Het feit dat de cameraman eveneens voor de New York World werkte, speelde hierbij uiteraard een belangrijke rol. Maar Thompson's avontuurlijke verschijning maakte op Powell eveneens een aantrekkelijke indruk. Hij beschreef de jonge Amerikaan, die was gekleed in een bonte verzameling van militaire kledingstukken, als volgt: "Thompson is a little man,...hard as nails, tough as rawhide, his skin tanned to the color of a well-smoked meerschaum (tabakspijp),and his face perpetually wreathed in what he called his'sunflower smile'...."(16).
Thompson profiteerde op handige wijze van het contact met zijn collega Powell, die van bijzondere privileges bij de Belgische autoriteiten gebruikmaakte. Dit had waarschijnlijk te maken met de aandacht die Powell besteedde aan de zoge-

naamde gruweldaden van de Duitse troepen in België. De Duitsers kregen bij de inname van enkele steden (Leuven is een berucht voorbeeld) te maken met gewapend verzet van burgers. Omdat een dergelijke tactiek, volgens het Duitse gezag, tegen de methoden van een geregelde oorlogsvoering inging, werden soms standrechtelijke executies uitgevoerd. Dit maakte de Duitse zaak in veel neutrale landen niet geliefd en werd door de Geallieerde propagandisten aangevoerd als bewijs voor de Teutoonse " Schrecklichkeit".Donals Thompson was zich terdege bewust van de propagandawaarde van de omstreden Duitse wreedheden; op karakteristieke wijze sprong hij hierop in. Volgens Powell was de cameraman nauwelijks 24 uur in Antwerpen of hij had al een toestemming gekregen van de opperbevelhebber van het Belgische leger, om in alle vrijheid de oorlog te filmen (17).

In het voorwoord van zijn boek " Donald Thompson in Russia" vertelt de Amerikaan hoe hij zijn toestemming verkreeg. De opvatting dat de camera niet kan liegen is een misverstand dat misschien ook nu nog wel eens opduikt. Thompson, die zich onaangekondigd had aangediend op het koninklijk paleis, bepleitte dat België een onweerlegbaar, fotografisch verslag moest hebben van de Duitse gruweldaden om later bij de vredesbesprekingen te gebruiken. Na 10 uur wachten kreeg hij de gelegenheid om zijn verhaal opnieuw te vertellen. Aan de overzijde van het buro zat een onbekende man. Thompson schreef:
"...I am Albert, King of the Belgians, he said.A few years before I had been husking corn in Kansas. The first thing that came into my mind was this: 'King Albert', I said' I have never met a king before in my life....I do not know what to say except to tell you that I am here and what I want to do..."(18).

Het bovenstaande verslag uit 1918 van Thompson zelf is haast te mooi om waar te zijn. Het moet in ieder geval met de nodige reserve behandeld worden. Alhoewel het een toelichting geeft op Powell's opmerking kan Thompson zelf voor het dramatische effect sommige details naderhand verzonnen hebben. Ik denk daarbij vooral aan het gesprek met de koning. Zeker is in ieder geval, dat de cameraman (wanneer hij al volledig oprechte bedoelingen had) niet slaagde in zijn opracht en dit eveneens openlijk toegaf. Na thuiskomst in Amerika vertelde Thompson, dat hij, ondanks de vele schijnbaar betrouwbare verhalen, geen Duitse wreedheden had gezien "....and I was on the spot fifteen minutes after some of them were said to have happened " (19). Een propagandist voor de Belgische zaak is Thompson waarschijnlijk nooit geweest. ALs freelance cameraman was hij in zekere zin ongebonden en hij maakte volop gebruik van dit voorrecht. Na het beleg van Antwerpen volgde Thompson dan ook het Duitse leger tijdens de mars langs de Kanaalkust. Hij bevond zich met enkele Duitse officieren in een hotel in Oostende toe de Britse Marine de kust begon te beschieten (Deze belevenis werd wellicht later ter meerdere eer en glorie van hemzelf nagespeeld).
Eind oktober 1914 raakte Thompson in Diksmuide gewond aan de gevolgen van een granaatinslag (20).

Na een rustperiode van enkele maanden keerde de Amerikaan terug naar het Europese front. In december 1914 was het Thompson gelukt om met zijn filmcamera's Duitsland binnen te komen. Deze opmerkelijk prestatie behoort tot de meest omstreden en vooral bizarre episodes in zijn werk. Het geeft, mijns inziens met name een goed inzicht in Thompson's houding als "cameraster". Naar hijzelf in 1918 beweerde, ging de Amerikaan naar Duitsland in opdracht van Lord Northcliffe, de eigenaar van onder meer de London Times en één van de meest actieve Britse propagandisten. Hij zou voor Thompson een gefingeerd intervieuw hebben opgesteld met een niet bestaande krant waarin de jonge Amerikaan het Duitse optreden uitbundig prees. Deze papieren maakten zoveel indruk dat hij na arrestatie in België werd vrijgelaten en vrij was om als spion naar Duitsland te vertrekken (21).

Een correspondent van het Britse blad de Daily Chronicle was terzelfde tijd in Berlijn In een artikel over de officiële Duitse filmpropaganda vermeldt hij een anonieme Amerikaanse cameraman die na arrestatie in België naar Berlijn was gestuurd. Alhoewel Thompson niet met naam wordt genoemd, komt de werkwijze opvallend sterk overeen met zijn neiging tot een dramatische pose. Bovendien wijst ook de vermelding van het Briste bombardement op een hotel in Oostende in de richting van Thompson. De correspondent schreef:".... Het asked for permission

to go to the front as a moving picture operator. His request was refused, but he was handed 8,000 ft. of film depicting was scenes for use in America. Being a somewhat unscrupulous youth, he then calmly demanded the Government make a special series of pictures for him, portraying him as the victim of a British naval shell, while dining in a hotel in Ostend. Such a scene, he said, would add to the interest in the lecture with which he intended to accompany the presentation of films in America, So he was taken to a cinema studio outside Berlin, and the incident he had suggested was 'faked up' in most realistic fashion, even to the extend of providing a young and pretty 'heroine' for the drama of which he was the hero. The climax of the film shows the photographer, desperately wounded, in the arms of his fair companion. Having myself seen these pictures, I can testify as to the absolute truth of the above story" (22).

De conclusie ligt voor de hand dat Thompson's verhaal over het gefingeerde interview eveneens gefingeerd is. In werkelijkheid was hij waarschijnlijk maar al te zeer bereid om met de Duitsers mee te werken. Het verhaal over zijn spionageopdracht werd onder meer ingegeven door de mogelijke verdenkingen ten aanzien van de collaboratie met de vijand. Bovendien moet het melodramatische karakter van het verhaal Thompson hebben aangesproken. Het meest overtuigende bewijs van zijn werk voor de Centrale Mogendheden levert een correspondent van Moving Picture World. Uit Chicago, alwaar in 1915 een aanzienlijk deel van de bevolking van Duitse afkomst was, deed Jasper Mc. Quade verslag van een lezing van Donald Thompson. De cameraman vertelde dat de films in officiële opdracht van de Duitse regering waren gemaakt. De exclusieve vertoningsrechten in Amerika werden beheerd door de Chicago Tribune. Hij sprak over het neutrale verhaal van de camera, maar Thompson's toelichting was partijdig genoeg: You will be shown the cheering crowds in Berlin as they massed to give the Kaiser assurance of their allegiance. You will see the Germans in the battle; you will see them feeding Belgian children and refugees from the kettles of the field kitchens and ministering to the victim left behind. You will see what happened when the Russians bombarded the German front in East Prussia" (23).

De flexibele wijze waarop Thompson van de ene partij naar de andere oversprong, hoe opportunistisch dan ook, is in zekere zin bewonderenswaardig. Alhoewel hij in België werkte voor de New Yorkt World Daily Mail, moest hij eveneens losse opdrachten hebben aangenomen. Twee Belgische ondernemers uit Brussel hadden hem geld voorgeschoten en van een camera en films voorzien. Zijn opdracht was om opnamen te maken van het front. De opdrachtgevers hebben Thompson, die beweerde dat de camera door de Duitsers was geconfisceerd, nooit meer teruggezien. Hij werd in Londen bij verstek veroordeeld tot het betalen van een aanzienlijke boete (24).

Thompson's reeds genoemde contact met de Chicago Tribune leverde hem evenmin windeieren op. Reeds in februari 1915 vertrok hij in het gezelschap van één van de eigenaars van het blad, Robert R. Mc. Cormick, naar Rusland. Mc. Cormicks verslag van zijn belevenissen ('With the Russian Army', 1915) geeft een opmerkelijke indruk van de wijze waarop hij als één van de eerste oorlogscorrespondenten gebruik maakte van de groeiende populariteit van de film in Amerika. Opvallend zijn vooral de vele beeldbeschrijvingen, waarbij vergelijkingen worden getrokken met de wereld van de bioscoop en het theater. De aanwezigheid van Thompson's camera maakte de Europese oorlog, zoals beschreven in zijn boek, tot een spectaculaire show. In sommige passages zijn associaties met de film zodanig frappant dat het lijkt alsof het boek met name bedoeld was om belangstelling te wekken voor de documentaire van de Chiacago Tribune, ON RUSSIAN BATTLE FIELDS (25). De volgende beschrijving geeft hiervan een voorbeeld: "Crack - bluck! ... Now Thompson has the machine up and is grinding away at a real battle scene .... Shells are falling to our left. It is as noisy as a battlescene in a theatre and no danger of fire. No, nor, panic here. Our general, however, has not been on the stage. He smiles quietly and says 'boom' when a shell explodes near, and 'ping' as a bullet whistles by" (26).

De werkzaamheden van Thompson in Rusland werden eind mei 1915 voortijdig afgebroken, toen bekend werd dat de Amerikanen geen toestemming kregen om nog langer het front aldaar te bezoeken.

Het Russische leger ondervond tegenstand van het Duits-Oostenrijks offensief door Galicïe. Donald Thompson bezocht vervolgens in snel tempo op eigen gelegenheid Roemenïe, Bulgarije en het front bij Gallipoli (27). Het waren echter de opnamen uit Frankrijk die het hoofdbestanddeel uitmaakten van zijn film SOMEWHERE IN FRANCE.

De filmpremière vond plaats op 27 december 1915 in Thompson's geboorteplaats Topeka plaats. Het locale blad de Daily Capital gaf, volgens Motion Picture News, volop aandacht aan de voorstelling. Hiervoor waren een aantal redenen. Thompson was uiteraard bekend bij veel medeburgers. Maar belangrijker was dat het blad de exclusieve vertoningsrechten van de film had opgekocht: de documentaire werd niet alleen gerecenseerd maar ook geadverteerd. Een strikte scheiding tussen deze twee benaderingen werd niet gehanteerd. De krant maakte dan ook dankbaar gebruik van Thompson's aanwezigheid tijdens de première. Gekleed in zijn militair uniform gaf hij op typisch onderkoelde wijze commentaar bij de beelden. Zo schreef het blad vol bewondering: " When the film shows shells bursting near enough to the trenches to kill one man out of ten, Thompson casually explains that it is an 8-inch shell that spread death and maimed the living " (28).

SOMEWHERE IN FRANCE opende met standaardopnamen van Duitse krijgsgevangenen die onder bewaking worden weggevoerd (spoel I). Opmerkelijk is het daarop volgende gedeelte dat is gefilmd aan het Franse front bij Queenevière; spoel II begint vrij onschuldig : Franse infanteristen spelen voetbal en herstellen een door de Duitsers vernietigde brug. Vervolgens worden enkele korte opnamen vertoond van gesneuvelde Franse militairen. De begeleidende titel voor deze scène luidt: " For France They Die ". Direct hierop wordt een beroep gedaan op de sympathie van het Amerikaanse publiek. Men ziet opnieuw beelden van gesneuvelde soldaten; ditmaal waren het echter Duitsers die waren vastgelopen in het prikkeldraad. De titel vermeldt op veelzeggende wijze: " Made in America " (29) Het is over het algemeen niet uitgesloten dat Thompson , net als in Duitsland, de film van officiele instanties heeft ontvangen om het in de Verenigde Staten van een persoonlijke presentatie te voorzien.

In 1916 vertrok Thompson voor de derde maal naar Europa. Zijn opdrachtgevers waren ditkeer de Paramount Pictures Corporation (films) en Leslie's Weekly (foto's). Hij filmde ondermeer in Griekenland en, als cameraman in het Franse leger, ten tijde van de slag bij Verdun. Tijdens zijn werkzaamheden in Frankrijk Frankrijk raakte Thompson opnieuw gewond en verbleef gedurende drie weken in een militair hospitaal. In augustus 1916 keerde hij met een koffer vol oorlogssouvenirs terug naar Amerika (30).

Het resultaat van acht maanden filmen kreeg de veelbelovende titel WAR AS IT REALLY IS. (Een copie van deze documentaire bevindt zich in de National Archives in Washington DC; ik heb onder meer gebruik kunnen maken van een film script). Gedeeltes uit de films werden voor het eeerst vertoond in het voorprogramma van het Rialto Theater in New York (31). Dit betekende een aanzienlijk privilege voor Thompson omdat het Rialto tot de meest gerenommeerde premiè retheaters in de Verenigde Staten behoorde. De wekelijkse vertoningen van fragmenten uit de film (vergelijkbaar met de huidige "trailers") zorgde voor veel publiciteit. Op 22 oktober 1916 volgde de eerste veroning voor de pers en de filmwereld in Wurlitzer Hall. Thompson was, zoals gebruikelijk, bij de première aanwezig en vertelde het publiek dat de film slechts het topje van de ijsberg was. Naar eigen schatting was 70% van de opnamen door de Franse censuur in beslag genomen (32). De exploitatie van WAR AS IT REALLY IS, tenslotte, werd verzorgd door een bedrijf dat door de cameraman zelf was opgezet: de Donald C. Thompson Company Inc. Thompson's aanzien als 'cameraheld' werd als middel gebruikt bij de verkoop van distributierechten. Het bedrijf maakte bekend dat het gebruik van de persoonlijke oorlogssouvenirs van 'Kapitein' Thompson in de foyers van de bioscopen veelpubliek zou trekken (33).

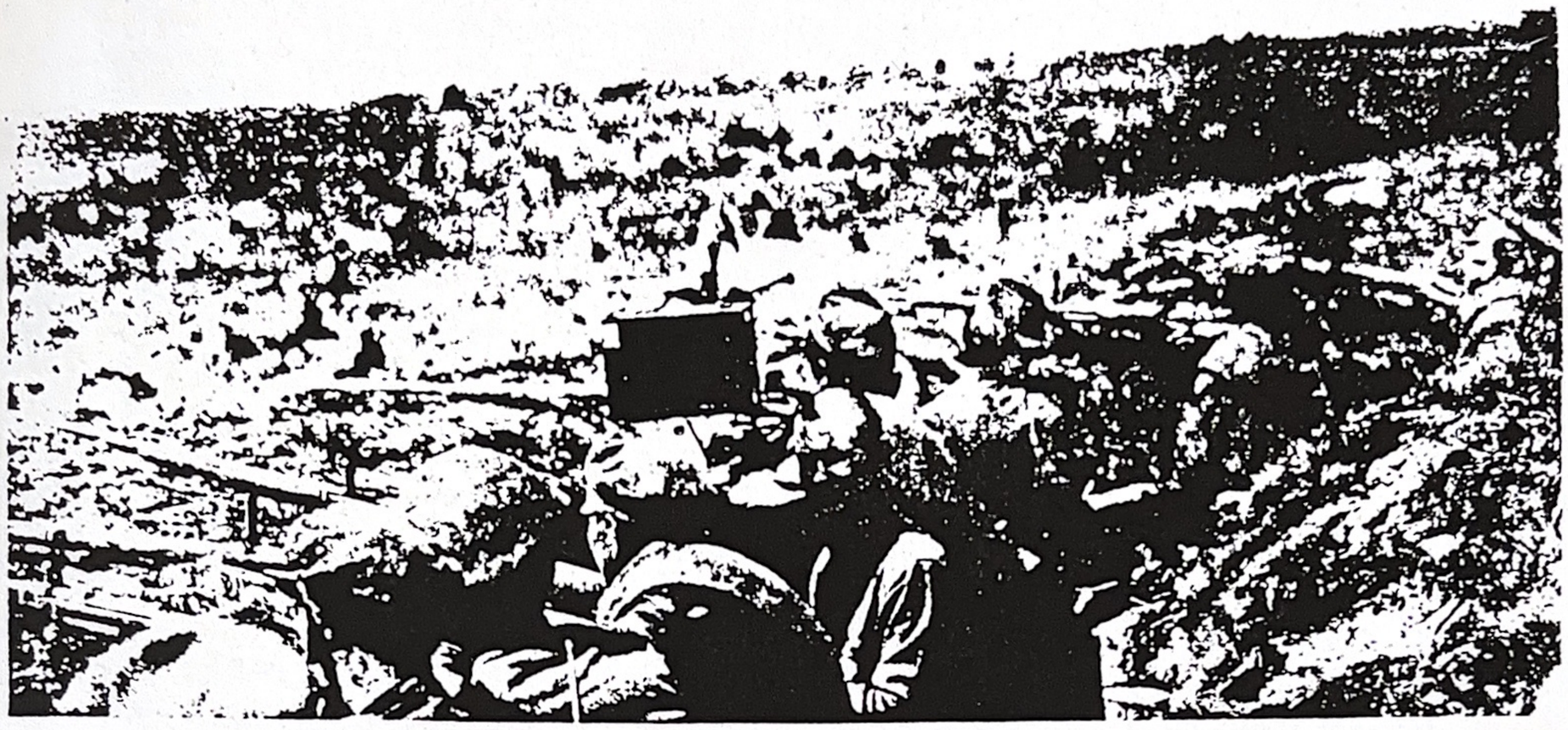
Liet de film de Europese oorlog zien zoals het werkelijk was? Waarschijnlijk niet. WAR AS IT REALLY IS begint op kenmerkende wijze met een opname van de 'cameraheld'. Thompson verschijnt in beeld en zet een gasmasker en helm op. Vervolgens neemt hij, gekleed in een vliegerspak, de toeschouwer mee de lucht in. Van uit de hoogte wordt de Geallieerde vloot bij

Saloniki getoond en begint het vliegtuig aan een snelle duikvlucht. Voor een film over èen van de meest immobiele oorlogen in de geschiedenis had de documentaire opvallend veel vaart. In spoel III bijvoorbeeld, wordt een observatieballon gehesen en springt een soldaat (op instructie van Thompson ?) uit het luchtschip. Dergelijke min of meer spectaculaire opnamen springen het meest in het oog. Typisch is vooral dat Thompson twee veelbesproken scenes in de film had opgenomen die reeds eerder in SOMEWHERE IN FRANCE waren vertoond. In beide scenes is vooral sprake van spanning en actie: een duel tussen een Brits en Duits vliegtuig en een gevecht in de loopgraven waarbij Franse soldaten handgranaten naar de vijand werpen (34).

Filmrecensent Steve Talbot noemde WAR AS IT REALLY IS uitgesproken pro-Gealieerd en hij voegde eraan toe: " Much detail is clearly screened in the corpses and skeletons piled about deserted fortification "(35). Volgens hem was de film zeer effectief, maar dan alleen als commentaar op het nutteloze karakter van een oorlog. Ik denk niet dat dit laatste de bedoeling van de film is geweest. De slag bij Verdun werd vanaf de Franse zijde in beeld gebracht. De filmt toont op redelijk optimistische wijze de verdediging van de fortificaties rondom de belegerde stad. De volgende beschrijvingen geven hiervan een indruk:"The Steel Wall of France"; 50.000 soldaten staan met de bajonet op het geweer gereed; Frankrijk heeft 20.000 (sic!) vliegtuigen klaar staan,enz. Alhoewel eveneens gesneuvelde Geallieerde soldaten werden getoond, overheerst al met al het beeld van een welhaast onoverwinnelijk Frankrijk. In de laatste spoel (no VII) werd als hoogtepunt een Duitse overgave in beeld gebracht: soldaten rennen met de handen omhoog naar de Franse loopgraven en schreeuwen "Kamerad!". Nadat de krijgsgevangenen waren afgevoerd, zag het publiek aan het einde van de film opnamen van de Franse en Amerikaanse vlag (36).

Thompson's laatste verblijf in Europa gedurende de oorlog is zonder twijfel het meest interessant. Op 30 november 1916 vertrok de cameraman in het gezelschap van Florence Harper, een Britse correspondente voor Leslie's Weekly, naar Rusland. Thompson correspondeerde gedurende zijn verblijf in Petrograd regelmatig met zijn echtgenote. Zijn brieven werden in maart 1918 ten tijde van de vrede van Brest-Litovsk, gepubliceerd onder de titel "Donald Thompson in Russia". Het boek behoort waarschijnlijk tot de meest merwaardige verslagen die door een oorlogsfotograaf zijn geschreven. De Amerikaan was niet alleen in Rusland om zijn werk te doen. Hij raakte eveneens persoonlijk betrokken bij de historische,revolutionaire omwentelingen. Thompson zag en filmde de rellen en de toenemende chaos in het Russische rijk. Steeds sterker raakte hij ervan overtuigd, dat zoals hij schreef, de oorzaak hiervoor was te vinden bij de radicale agitatie van de Sovjets . Thompson die zichzelf vrij sterk identificeerde met de soldaten aan het front, beschouwde dit als een dolkstoot in de rug. Hij twijfelde er nauwelijks, dat achter de schermen de Duitse propagandisten aan de touwtjes trokken. Niet voor niets kreeg zijn laatste oorlogsfilm de veelzeggende titel: THE GERMAN CURSE IN RUSSIA .

Op 25 februari 1917 arriveerde Donald Thompson met de Transsiberische spoorlijn in Petrograd.De volgende dag meldde hij zich bij de Russische Generale Staf. Zijn eerste verblijf aan het front was echter van korte duur. Na enkele dagen keerde hij reeds terug: geruchten deden de ronde over arbeidsstakingen en voedselrellen in Petrograd. De oorzaken van de sociale onrust werden door de Amerikaan van het begin af aan gezocht in de sfeer van politieke intrigues. Dit gold aanvankelijk eveneens voor de Februari-revolutie. De overheid zou de fabrieken gesloten hebben om de arbeiders de straat op te jagen. De demonstraties zouden vervolgens aanleiding geven tot een afzonderlijke vrede met Duitsland (37). De gebrekkige infrastructuur en de sociale kritiek op het autocratische regime van de Tsaar werden door hem met geen woord gemeld. Alhoewel Thompson (evenals de meeste Amerikanen) de gedachte van een liberale, Russische republiek toejuichde en uiteindelijk partij koos voor de Doema, bleef hij opvallend conservatief in zijn politieke opvattingen. Alleen militaire discipline kon, volgens hem, de verkregen vrijheden consolideren en de oorlog tot een succesvol einde brengen



Boven: Donald Thompson met camera aan het front bij Dvinsk, juni 1917. Let op zijn militaire uniform.

Onder: Deze foto past zeer wel in de teneur van Thompson's film. Het onderschrift luidt: SOLE SURVIVORS OF AN ENTIRE REGIMENT AFTER GAS ATTACK. The Germans asked the Russians to move their gas back eighty miles, stating that they would do the same. The Russians did, but the Germans did not. A few days later 25.000 Russians were gassed " (pg.153)

De Tsaar bleef daarbij, ondanks zijn persoonlijke zwakheden, een traditionele rol spelen. Of, zoals hij in een intervieuw met de New York Times vertelde: " The Russian peasant has just naturally got to sing a song to someone every night when he goes to bed. He won't sing a song to Lenine. He won't even sing a song to Kerensky. But he wants someone. The educated classes in Russia want a republic. But the peasants need a king, just for the sentiment of it" (38).

Thompson die geen Russisch verstond , vernam het merendeel van zijn informatie uit de tweede hand. Maar veel van wat hijzelf zag in Petrograd werd juist geïnterpreteerd. De vertoning van een rode vlag tijdens één van de eerste demonstraties op 8 maart 1917 werd door de Kozakken ongestraft gelaten: de Amerikaanse cameraman rook terecht problemen. Thompson ging uiterst voorzichtig te werk bij het fotograferen van de demonstraties. Hij gebruikte bijvoorbeeld met opzet een kleine fotocamera omdat hij wist dat men hem kon aanzien voor een agent van de geheime politie. Filmopnamen werden gemaakt met een Aeroscope camera;de batterij, die werd aangedreven op luchtdruk, werd onder zijn winterjas verborgen. Het apparaat zelf had hij zodanig in een tas geplaatst dat de lens, na het verschuiven van een overhangend gedeelte, zichtbaar werd.

Op 12 maart 1917 kwamen de eerste regimenten in Petrograd in opstand. Thompson schreef dat de soldaten dusdanig enthousiast waren dat ze hem uitbundig begroetten. Alhoewel hij zijn speciale politiepas toonde, werd de Amerikaan 's middags op het Litainie gearresteerd. Tot dan toe had hij uit oogpunt van veiligheid alleen foto's gemaakt. Na zijn vrijlating door een opstandige menigte keerde hij terug naar het hotel om te rusten. Het merendeel van de dag had hij vastgezeten. Onverwachts echter kreeg hij de kans om een filmopname van de Revolutie te maken. Plotseling hoorde Thompson buiten het hotel geweerschoten weerklinken. Niet zonder enige bravoure schreef hij aan zijn echtgenote:"...I put my camera up on the window ledge, pulled the curtains across, broke out a window pane and began to photograph the mob rushing across the square. Soldiers had advanced from all directions and were firing on the hotel... Suddenly the door opened and a Russian lady ran in screeming telling us that the police were firing from the roof with machine-guns. That ment trouble. I warned her to keep away from the window. Instead, she pulled aside the curtain to look out. She was shot through the throat. I carried her to the bathroom, where she died about fifteen minutes later. I lost a lot of my film thanks to this woman damn foolishness "(39).

Twee dagen na de Revolutie werd onder druk van de Sovjets in Petrograd een voorlopige regering opgezet. De relaties tussen deze twee instanties was van het begin af aan hoogst ongemakkelijk; in feite fungeerde de Sovjet als een parallelle regering die steeds meer bevoegdheden naar zich trok. Thompson reageerde hierop met nauwelijks verholen minachting. Hij noemde het Sovjetbestuur een naieve, misleidende groepering. Vooral maatregelen ten aanzien van het leger bijvoorbeeld het afschaffen van de verplichting om officieren te begroeten)nam hij hoog op. Zijn ergernis over de gestelde sociale eisen nam vooral na de terugkeer van Lenin snel toe. Op 1 mei 1917 schreef hij zijn vrouw dat de autoriteiten deze sluwe tacticus zo snel mogelijk uit de weg moesten ruimen. De Duitsers hadden hem niet voor niets in een verzegelde trein naar Rusland teruggestuurd. De gevoelens van afkeer waren overigens wederzijds: Lenin weigerde, toen hij hoorde dat Thompson uit de Verenigde Staten kwam, om gefotografeerd te worden. De Amerikaan had aanvankelijk eveneens moeite met de revolutionaire republiek in Kronstadt. Hij zoch echter, naar hij zelf schreef, de meest lelijke man in de stad op, noemde hem de president van Kronstadt en vertoonde de film in Petrograd. Toen de echte president woedend op bezoek kwam, vertelde Thompson dat hij ook niet beter wist, maar dat hij het publiek in de Verenigde Staten maar al te graag de werkelijke president wilde tonen (40).

Bewapend met een militaire pas ondertekend door Kerensky bezocht Thompson in juni-juli 1917 het oostelijk front. Bij Dvinsk werd hij opgevangen door een Amerikaanse arts die zich vrijwillig had gemeld bij het Russische leger. Een speciale hut met donkere kamer was voor Thompson gereedgemaakt. Op 3 juli bevond hij zich in Galicië: de Russen waren begonnen met hun laatste grote offensief.Alhoewel de Kozakken op sommige regimenten moesten worden ingezet, was Thompson zeer te spreken over de prestaties van de soldaten. Russische propaganda kon de wispelturige bevolking, naar hij schreef, even

gemakkelijk te beïnvloeden als de Duitse intriges. Op ongeveer 30 kilometer van Lemberg filmde de Amerikaan in de voorste loopgraven een opmerkelijke scene. Hij stak zijn elektrisch aangedreven camera met behulp van een stok omhoog en startte het apparaat met een druk op de knop. Door de periscoop zag hij een Duitse aanval: onder dekking van een gaswolk wordt het prikkeldraad aangelegd. De Russen gaan in een tegenaanval. Een gewonde officier wordt door een soldaat weggebracht; hij valt van zijn schouder en overlijdt. De soldaat slaat een kruis en verdwijnt in het niemandsland (41).

Thompson was zeer voorbarig geweest in zijn oordeel. Het Russische offensief was reeds binnen twee weken vastgelopen. Deserties waren aan de orde van de dag en de militaire aanvoer van munitie was uiterst gebrekkig. Toen op 16 juli 1917 bovendien een gewapende opstand in Petregrad uitbrak, gaf Thompson direct de schuld aan de Bolsjeviken (in werkelijkheid had het Centraal Comité de revolte als niet 'opportuun' afgekeurd). De opstand moest, volgens hem, zijn afgestemd op het tegenoffensief van de Duitsers. Hij reageerde op de volgende typische wijze: "I wonder what the poor boys at the front who are putting up such a heroic offensive (sic!) think, when they hear what the people at home are doing. There is only one reason for all this: the German agents" (42).

De teleurstellingen stapelden zich voor Thompson in de loop van juli 1917 op. De opstand nam al snel gewelddadige vormen aan. Nadat hij zichzelf met moeite had weten te redden uit een beschieting, trof de cameraman zijn chauffeur dood in de auto aan. Op 28 juli vernam hij dat de Russische grens gesloten zou worden. Thompson besloot om direct zijn vertrek voor te bereiden en alle films te ontwikkelen. De censuur zou echter voor veel vertaging kunnen zorgen. Hij omzeilde dit probleem door op het Ministerie van Buitenlandse Zaken bij enkele oudere beambten in te werken op de onvrede met het nieuwe regime. Terloops werden de films genoemd en vroeg Thompson of het mogelijk was om de premier een verklaring te laten ondertekenen waaruit zou blijken dat het materiaal reeds gecensureerd was. Eenmaal in het bezit van dit document vertrok hij zo snel mogelijk uit Rusland. Een maand voordat de Oktoberrevolutie uitbrak, bereikte Thompson de Verenigde Staten.

De première van zijn film, THE GERMAN CURSE IN RUSSIA, vond plaats in het Strand Theater in New York op 9 december 1917 (43). De nationale distributie werd verzorgd door Pathé, het zelfde bedrijf dat eveneens veel produkties van de Amerikaanse regering uitbracht. De openingstitel van de film geeft een goede indruk van de tendentieuse inhoud: "Since March 1917 the world believes that Russia treacherously forsook her allies bur record from my diary and camera will show that Russia's anarchy was not willed by her people, but was caused by vile German intrigue wor king in the unthinking masses" (44). Vervolgens werd de afbeelding getoond van keizer Wilhelm II ("Emperor of all the Huns"). Dergelijke titels doen tegenwoordig niet alleen zeer gedateerd maar ook grof aan. Thompson was oorspronkelijk echter nog explicieter in zijn bedoelingen: in de orginele filmversie werden "Germany" en "Hun" zonder hoofdletters geschreven. Moving Picture World spoorde iedere bioscoopeigenaar aan om de orginele copie te vertonen vanwege het dramatische karakter dat van de titels uitging (45). Voor een documentaire moet THE GERMAN CURSE IN RUSSIA meer dan genoeg drama hebben gehad. Daarvoor zorgde eveneens de afbeelding van de Duitse keizer die zonder meer de 'bad guy' in veel Amerikaanse speelfilms over de oorlog was. Zijn grijnzende verschijning op het witte doek in 1917-1918 was veelal aanleiding tot een fel gesis en boegeroep (46).

Thompson's film moet helaas als verloren worden beschouwd. Uit de recensies valt echter een en ander op het maken over de wijze waarop hij zijn boodschap duidelijk maakte. Op het beeld van de keizer volgden opnamen van de Russische mobilisatie ("From every part of the Empire came galopping Cossacks"). Onder het hoofdstuk Duitse intriges werden beelden getoond van overbezette ziekenhuizen, tekorten aan oorlogsmaterieel en dergelijke. De politieke agitatie in Petrograd is het meest interessant in dit verband. Peter Milne in Motion Picture News geeft deze beschrijving: "The streets of the city are a mess of soldiers and civilians. Propagandists of all sorts

"EEN DRAMATISCH CONTRAST"

Enkele foto's uit het boek van
Donald Thompson

Boven: "Types of Bosheviki"
Onder: "Women who joined the Women's Death Batallion"

harangue on every corner. Different sects march after banners bearing different inscriptions. Disorder is in supreme command. Any definite procedure is a thing remote" (47). Het bovenstaande komt overeen met Thompson's persoonlijke opvattingen: hijzelf maakte nauwelijks onderscheid tussen de verschillende revolutionaire groeperingen. Het is mogelijk dat de beelden van de politieke agitatie in Petrograd werden afgewisseld met opnamen van het front. Louis Tenny schreef in Picture-Play Magazine: "There are scenes of the Russian troops marching erect to face their enemy, and of the same troops, their minds poisoned by German propaganda, running away" (48). Tenslotte werd in de film veel drama ontleend aan de aanwezigheid van het Vrouwelijk Doodsbataljon. Dit was een patriottistische organisatie van vrouwen die verenigd in eigen bataljons meevochten aan het front. Het is niet uitgesloten dat Thompson gebruikmaakte van een vorm van typecasting en opnamen van vitale, jeugdige vrouwen uit dit bataljon combineerde met beelden van 'representatieve' Bolsjeviken (zie illustraties). De film eindigde met een toepasselijk antwoord op de bedreigende close-up van de Duitse keizer. Toen tijdens de première in New York uiteindelijk de Amerikaanse president op het witte doek verscheen, stond één man op en riep "Three cheers for Wilson!". De zaal reageerde volgens Variety met een oorverdovend gejuich (49).

Zowel THE GERMAN CURSE IN RUSSIA als Thompson's boek over zijn belevenissen in Rusland waren uit propagandistisch oogpunt uiterst opportuun. Reeds enkele maanden voordat de Russen een afzonderlijke vrede met Duitsland tekenden, kon het Amerikaanse publiek zich troosten met de gedachte dat het wegvallen van Rusland uit de oorlog slechts te wijten was aan externe factoren. Daartegenover stond het patriottistische, Russische drama dat de documentaire tot algemeen genoegen van de bioscoopbezoekers presenteerde.

BESLUIT

Thompson's reis naar Rusland was niet alleen de meest spraakmakende maar ook zijn laatste onderneming tijdens de Europese oorlog. Even snel welhaast als hij in de publiciteit was gekomen, verdwwen de cameraman uit de aandacht van de Amerikaanse filmwereld. Slechts uit de bibliografieën valt nog op te maken dat hij actief moet zijn geweest als fotograaf tijdens de Japanse aanval op China in de jaren '30. Toch was deze 'vergeten' cameraman in veel opzichten één van de meest succesvolle filmcorrespondenten van de Eerste Wereldoorlog. De flexibele wijze waarop hij de autoriteiten benaderde dwingt naar mijn smaak zelfs nu nog een zeker respect af. Thompson's prestaties zijn voor een belangrijk deel te wijten aan zijn doortastend, persoonlijk optreden. Hij maakte bovendien gebruik van zijn avontuurlijke verschijning bij de presentatie van de films in Amerika. Zoals hij wist gaf dit persoonlijk element een toegevoegde waarde aan de documentaires: de correspondent werd door velen gezien als een nieuwe filmster. Thompson, die zelf sterk geneigd was tot een dramatische pose, werkte graag aan deze verwachtingen mee. Hij wierp zijn romantische bravoure niet alleen in de strijd bij de presentatie van de films die hij in Europa had ontvangen, maar ook bij de exploitatie door zijn eigen bedrijf van WAR AS IT REALLY IS. Propagandistische overwegingen, zoals bij THE GERMAN CURSE IB RUSSIA versterkten bovendien zijn dramatische pose als camera held.

V1 EUROPESE FILMPROPAGANDA IN HET NEUTRALE AMERIKA, 1914-1917

6.1 INLEIDING

De periode 1914-1917 was van bijzondere betekenis in de Amerikaanse filmgeschiedenis. Voor het eerst werd van dit nog jonge medium gebruik gemaakt voor politieke propaganda. Over de invloed die deze oorlogsdocumentaires op het "neutrale" publiek gehad hebben kan slechts met veel voorbehoud gesproken worden. Zeker is, dat ook de fictiefilms die over het algemeen meer geliefd waren bij het publiek, zich bezig hielden met de Europese oorlog. Aan sommige speelfilms werd een belangrijke politieke rol toegeschreven. CIVILISATION (1916), een pacifistische film over de terugkeer op aarde van een gesneuvelde soldaat in de figuur van een vredesapostel, was volgens de persvertegenwoordiger van de Democtratische Conventie van invloed op president Wilson´s herverkiezing (1). Anderzijds waren daar de militaristische "blood and thunder" produkties. Een belangrijke aanzet daartoe werd gegeven met J. Stuart Blackton´s THE BATTLE CRY OF PEACE (1915). De filmtitel geeft, zoals men destijds ook in Nederland opmerkte (2), een idee van de dubieuze inhoud. Vijandelijke troepen vallen in de film een Amerika binnen dat is verzwakt door pacifisme en spionage. Het gedrag van de soldaten beantwoordt volledig aan het Geallieerde propagandabeeld van de "Hun": de besnorde Pruisische lustmoordenaar die zich vergrijpt aan onschuldige burgerslachtoffers. Alleen een afdoende militaire bewapening kon, volgens de boodschap in de film, dit gevaar voorkomen. Blackton werd dan ook geholpen door vooraanstaande personen uit de Preparedness beweging als Generaal Wood en Theodore Roosevelt. Hun namen verschenen bovendien aan het eind van de film. Over de reacties uit Duits- Amerikaanse kringen was Blackton minder te spreken. Tijdens de première in Chicago sprak hij op onverholen wijze: "Any foreign- born American who is offended by this picture has no right in this country at any time....The only way to spell peace is the new phonetic way, P-O-W-E-R" (3).

De oorlogsdocumentaires uit Europa hadden, net als de boven beschreven speelfilms, een "officieel" karakter. De vermelding van vooraanstaande personen verhoogde niet alleen de propagandawaarde. Voor de documentaires had de term "officiële film" bovendien een speciale betekenis. In 1914 bestonden de officiële oorlogsdocumentaires uit opnamen die met toestemming van de autoriteiten in Europa waren gefilmd. De Chicago Tribune was, zoals gezegd, als eerste in dit veld zeer succesvol met deze werkwijze. De contracten die Weigle in België en Oostenrijk ondertekende maakten het mogelijk om het front te bezoeken. Zijn films lieten waarschijnlijk niet veel meer van de oorlog zien dan de bioscoopjournaals: oefeningen, inspecties, ruïnes en dergelijke. De actuele nieuwswaarde was ook hier gering. Het officiële karakter gaf de documentaires echter uit publiciteitsoogpunt een aantal voordelen. Niet alleen konden de films worden aangeprezen als authentiek. Het publiek kon bovendien bijdragen aan de goede zaak omdat een gedeelte van de opbrengsten naar een militair hulpfonds ging.

De produktie van officiële Europese oorlogsfilms kreeg in 1915 een nieuwe impuls als gevolg van de aanstelling van geregelde, militaire fotogragen aan het front. Oostenrijk- Hongarije was, zoals in hoofdstuk 4.2 is beschreven, waarschijnlijk het eerste land dat uit propagandistische overwegingen meer vrijheid gaf aan de (neutrale) cameraman. In 1915 werden bovendien, nog eerder dan in Duitsland, militaire fotografen aan het front ingezet (4). De belangrijkste afnemer in Amerika van het Oostenrijkse filmwerk was de American Correspondent Film Company.

6.2 DE OFFICIELE DUITS-OOSTENRIJKSE FILMS

De filmpropaganda van de centrale mogendheden volgde in de voetsporen van het werk van de Chicago Tribune. De German Information Service had reeds in november 1914 twee fotografen, Dawson en Theyer, Naar Duitsland gestuurd. In het gezelschap van de schrijver Edward Lyell Fox deden de twee hun eerste filmervaringen op aan het westelijk front. In april 1915 werd met de oprichting van de American Correspondent Film Company een basis gelegd voor de exploitatie van oorlogsfilms.

Matthew B. Claussen, een medewerker van het Duitse propagandaburo in de Verenigde Staten, werd aangesteld als directeur. De oprichting werd echter in de eerste instantie mogelijk gemaakt door de vroege start van de Oostenrijkse filmpropaganda. De Oostenrijkse regering leverde, volgens de overeenkomst, aan het bedrijf een vastgestelde hoeveelheid aan negatiefopnamen. (de totale lengte was goed voor 3 à 4 films). In ruil hiervoor ontvingen de Oostenrijkse autoriteiten 25% van de filmopbrengsten (5).

De regeling doet denken aan de werkwijze van de Chicago Tribune: een exclusief filmcontract dat het bedrijf voordeel verleende en geld deed storten in de Europese oorlogsfondsen. In tegenstelling tot de Tribune, echter, verzweeg het filmbedrijf de overeenkomst. Claussen omschreef de doelstelling van zijn bedrijf in Motion Picture News slechts op zeer algemene wijze: "We are merely an agency which supplies political, sensational, industrial and educational news .....to filmrenters of reliable standing who are interested themselves in putting cinematographic news before the public " (6). Van een dergelijke brede opzet was in werkelijkheid geen sprake. De auteursrechtelijke gegevens wijzen erop dat bijna alleen documentaires over de Europese oorlog werden uitgebracht (7). Ook in advertenties stelde het bedrijf zich, nog voordat de overeenkomst algemeen bekend werd, opvallend terughoudend op. De films waren uitsluitend gemaakt door Amerikaanse correspondenten (sic!) die toegang hadden tot de Duitse en Oostenrijkse legers (8). De geheimzinnige wijze waarop het bedrijf zich voorstelde aan de Amerikaanse filmwereld was eerder een produkt van noodzakelijkheid dan van een slecht geweten. De organisatie moest zichzelf wel als Amerikaans en neutraal omschrijven omdat zij dat van opzet niet was. In tegenstelling tot de Chicago Tribune had het filmbedrijf geen zelfstandig karakter. De German Information Service financierde de oprichting namelijk met een lening van $22.000,- (9).

De vice directeur en zakelijk leider van het filmbedrijf was Felix Malitz, een Duits - Amerikaan die verantwoordelijk was geweest voor de opzet van het grote filmdistributiebedrijf van Pathé. Zijn werkwijze stond volledig in het teken van de propaganda: de oorlogsfilms moesten door een zo groot mogelijk publiek in de beste bioscopen bekeken worden. Geldelijk gewin was van secundair belang. Het gevolg was dat Malitz onvoldoende rekening hield met de hoge kosten ten aanzien van het huren van de première- bioscopen en het plaatsen van advertenties. Het bedrijf beschikte op het moment van oprichting over enkele Duitse cultuurfilms en een beperkt aantal Oostenrijkse oorlogsfilm. De Britse marineblokkade verhinderde echter de import van nieuw materiaal (10).

Malitz zette zich ertoe om een oplossing te vinden voor deze problemen. Het lukte hem om een aantal films Amerika binnen te smokkelen door bemanningsleden van enkele Noorse passagiersschepen om te kopen. Vervolgens ging hij in overleg met het nieuwsfilmbedrijf van Hearst voor de distributie van de films. Dit plan kwam voortijdig in de publiciteit en de exploitatie moest uiteindelijk worden overgenomen door de filmafdeling van de Buffalo Times. Het overleg met de distributeurs verliep echter niet succesvol. Malitz kon hen namelijk niet de garantie geven van een regelmatige aanvoer van films. Bovendien beschikte hij evenmin over een volledig monopolie op de "officiële oorlogsfilms (11).

De tegenslagen kwamen snel aan voor de American Correspondent Film Company. De connecties van het bedrijf met de centrale mogendheden kwamen door ongelukking toeval aan het licht. De Duitse consul Heinrich Albert liet op 24 juli 1915 zijn papieren achter in de metro. Het was een vergissing die de anders zo ordelijke beambte nog lang zou betreuren. Een Amerikaanse geheim agent die hem gevolgd was, verdween met de documenten die een overzicht gaven van het propagandawerk van de German Information Service. De Amerikaanse regering gooide vervolgens olie op het vuur door de documenten te overhandigen aan de New York World. Illegaal waren de Duitse plannen (waaronder het opkopen van bladen) niet. Wel echter versterkte de sensationele onthulling bij veel Amerikanen het beeld, dat vooral sinds de ondergang van de Lusitania was opgedoemd, van de doortrapte methoden waarmee de Duitsers werkten (12).

Felix Malitz leek echter nauwelijks uit het veld geslagen. In een verklaring legde hij de nadruk op wat in de filmwereld het sterke punt van zijn oorlogsfilms werd geacht: het "officiële" karakter. Hij had er nooit een geheim van gemaakt dat de fotografen van het bedrijf toestemming hadden om het front te bezoeken. Op de financiering van het bedrijf door de German Information Service ging hij niet in. De filmbladen drukten waarschijnlijk om deze reden zonder commentaar de verklaring af (13). Het enige kritische geluid was afkomstig van de redactie van Billboard, een algemeen amusementsvakblad. Men wees op de koele manier waarop Malitz zijn officiële films als betrouwbaar en authentiek aanprees (14). Het filmbedrijf probeerde inderdaad zoveel mogelijk profijt te trekken uit de controverse die, naar men dacht, gratis publiciteit opleverde. Reeds na één week barstte het advertentiegeweld los: Exhibitors! The"Battle of Przemysl" has received NATION WIDE PUBLICITY worth HUNDREDS of THOUSANDS of DOLLARS within the last week. This publicity was neither bought nor paid for, BUT is has made 100,000,000 people still more desirous of seeing the GREATEST WAR PICTURE EVER MADE" (15).

De retoriek van de publiciteitsschrijvers was van geringe betekenis. In het voorjaar van 1916 stond het filmbedrijf aan de rand van de financiële afgrond. In maart van dat jaar deed Malitz een laatste poging om nieuw leven in de filmpropaganda te blazen. Hij probeerde de Duitse autoriteiten ervan te overtuigen om vijftien grote premièretheaters aan te kopen. Aldus konden de lastige distributeurs worden omzeild en werden de oorlogsfilms zelfstandig vertoond. Zijn voorstel werd echter niet goedgekeurd. In de zomer van 1916 braken de Duitsers zelf het cont act met de American Correspondent Film Co. af (16).

Maar de Amerikanen zouden Malitz en zijn obscure handelspraktijken niet vergeten. In mei 1916, toen hij een exportbedrijf in katoen had opgezet, kwamen de autoriteiten opnieuw op zijn spoor. Een Nederlandse werknemer, die als koerier bepaalde Duitse brieven naar Europa moest brengen, probeerde de documenten aan de politie te verkopen (17). In januari 1918 kwam meer helderheid in de zaak: Malitz en zijn secretaris werden gearresteerd op verdenking van het smokkelen van rubber naar Duitsland. Zijn werk voor de American Correspondent Film Co. was strikt genomen niet strafbaar, maar het was wel degelijk van invloed op het proces. Nadat luitenant Busby de twee had geschetst als fanatieke Duitse propagandisten (Both men are highly intelligent" (18)), gaf de rechter het advies om de borgsom in te trekken en hen te interneren. Malitz werd op 5 mei 1918 veroordeeld tot de maximum gevangenisstraf van twee jaar. Voor de man die nog in 1915 vice- directeur was van het grote Pathé Exchange Inc. eindigde de carrière in de Amerikaanse filmwereld bepaald in mineur (19).

Met het einde van de American Correspondent Film Co. in 1916 werd eveneens het initiatief van de Duits- Oostenrijkse filmcampagne in Amerika uit handen gegeven aan de geallieerden. De propagandistische connecties van het bedrijf lokten, opvallende genoeg , geen kritiek uit in de filmwereld. De "officiële" oorlogsfilms waren uit professioneel oogpunt juist een sterk punt. Het waren de gebrekkige organisatie en financiering die het werk be-

moeilijkten. Het bedrijf was onvoldoende kapitaalkrachtig om de films zelfstandig te exploiteren. Men bleef daarom afhankelijk van distributeurs die om garanties vroegen waaraan men niet kon voldoen: een regelmatige aanvoer en een monopolie op de "officiële" oorlogsfilms.

6.3 DE OFFICIELE GEALLIEERDE FILMS

De Britse controle van de scheepvaart over de Atlantische oceaan gaf de vertoning van de Geallieerde oorlogsfilms in Amerika een aanzienlijk voordeel. Bovendien werd de exploitatie, in tegenstelling tot bij de American Correspondent Film Company, vergemakkelijkt door hulp van filmdistributeurs en privéorganisaties in de Verenigde Staten. Twee Franse bedrijven, Pathé en Méliès, namen oorspronkelijk deel aan de Motion Picture Patents Company. De invloed van de Patents Company was in 1915 sterk afgenomen. De distributie bleef echter intact en het bedrijf zorgde in 1917 voor een belangrijke afzet van geallieerde oorlogsfilms.

Waarschijnlijk nog meer van invloed was de goede naam die door Amerikaanse privépersonen aan de vertoning van Geallieerde films werd gegeven. In de Amerikaanse geschiedschrijving van de jaren '30 was de "neutrale" houding van de Verenigde Staten tijdens de oorlog een omstreden onderwerp. Revisionistische historici als Peterson en Millis beweerden dat de handelsbetrekkingen van het land dusdanig gericht waren op de geallieerde partij, dat het op den duur onmogelijk werd om een onpartijdige politiek te voeren. Daarbij werd vooral gewezen op de invloed van min of meer Anglofiele opvattingen in de Amerikaanse society en de militaire leveranties van belangrijke industrielen (20). Mijn bevindingen ten aanzien van de filmpropaganda in deze jaren bevestigen deze interpretatie op belangrijke punten. Niet alleen vonden de Geallieerde films vaak gretig aftrek bij het meer beschaafde Angelsaksische publiek. Prominente industriëlen financierden bovendien de exploitatie van deze officiële oorlogsfilms.

In de zomer van 1915 werkte het Franse Ministerie van Oorlog een plan uit om films te gebruiken voor propagandadoeleinden in de neutrale landen. Een centraal buro werd opgezet om het werk van militaire fotografen en de drie grote Franse filmbedrijven (Pathé, Gaumont en Eclair) te centraliseren. De eerste officiële Franse oorlogsfilms, FRANCE IN ARMS en FIGHTING IN FRANCE, werden door dit buro geproduceerd. Beide films werden in Amerika door Pathé uitgebracht (21).

De Franse films speelden een belangrijke rol in het verstevigen van de relaties met Amerika. Zeer illustratief in dit verband is OUR AMERICAN BOYS IN THE EUROPEAN WAR (1916). De film werd door de Triangle Corporation uitgebracht, maar was gemaakt door officiële Franse fotografen aan het westelijk front. De film is vooral interessant vanwege het heroische beeld dat werd getoond van de jongelui in het American Ambulance Corps die, zoals werd gesuggereerd, meevochten in de oorlog. De organisatie bestond voornamelijk uit studenten (Ernest Hemingway was één van hen) die zich vrijwillig hadden opgegeven. Humanitaire overwegingen speelden daarbij veelal een ondergeschikte rol. De jonmgelui, die alleen aan het Franse front werkten, werden veel meer aangetrokken door het avontuur (22). In de film overheerste een optimistische toonzetting. Opvallend is het gebruik van human interest: in zijn brief (overgenomen in de filmtitels) vertelt een ambulance chauffeur over landgenoten die lachend terugkeren van het front; Amerikanen zingen tijdens een toneelspel de Marseillaise terwijl vlakbij Duitse granaten inslaan, enz. (23). De grenzen van een passieve Amerikaanse betrokkenheid bij de oorlog werden in de film waarschijnlijk ruimschoots overschreden. In de advertenties vergeleek het filmbedrijf de Amerikanen zelfs met soldaten: "A picture of stirring realism and brave deeds. You can almost hear the roar of the guns and the explosion of shells

as they burst on all sides " (24).

De Triangle Corporation regelde, in navolging van de Chicago Tribune, speciale benefietvoorstellingen ten behoeve van het Ambulance Corps. Bovendien voorzag men zich van gunstige kritieken van vooraanstaande Amerikanen. Robert Bacon, de voormalige ambassadeur in Parijs, sprak over de goede diensten van het Corps aan Frankrijk, het bolwerk van de Amerikaanse idealen. Roosevelt noemde eveneens de idealistische booschap in de film: "The nation has been thinking of the safety of the soul first" (25).

De film werd vooral in kringen van de Amerikaanse society en het zakenleven een groot succes. Gedurende de zomer werden in veel comfortabele buitenverblijven en clubs langs de oostkust speciale privé vertoningen geregeld. In New York werd bij een eenmalige voorstelling voor het bedrijfsleven $30.000,- bijeengedragen. Deze prestatie werd in december 1916 overtroffen toen een al even select gezelschap het Strand Theater bezocht: per loge werd maar liefst honderd dollar betaald voor het Ambulance Corps (26). Het officiële karakter van de film en het voorname, kapitaalkrachtige publiek maakten OUR AMERICAN BOYS IN THE EUROPEAN WAR, al met al, tot één van de meest succesvolle Franse oorlogsfilms die in Amerika werden vertoond.

De Britten waren over het algemeen nogal laat met het propagandistisch gebruik van oorlogsfilms. Pas in de herfst van 1915 overtuigde Wellington House, het Britse propagandaburo, de militaire autoriteiten om een filmcampagne op te zetten. De man die hiervoor werd uitgekozen was Charles Urban. Als voorzitter van het filmcomité dat contacten onderhield met Wellington House slaagde hij erin om met toestemming van de Marine opnamen te maken van de Britse vloot in de Noordzee. In veel opzichten was Urban een geschikte keuze voor het filmwerk. Hij was in de Verenigde Staten geboren en onderhield nauwe contacten met de Amerikaanse filmbedrijven. De Britse oorlogsfilms die onder zijn leiding in Amerika werden vertoond waren echter geen onverdeeld succes. Slechts met hulp van Amerikaanse financiers kon de Britse filmcampagne in het voorjaar van 1917 tot een succesvol eind worden gebracht.

Urban regelde in New York een speciale vertoning voor de pers van zijn eerste film HOW BRITAIN PREPARED (april 1915). De meeste kranten reageerden enthousiast op de documentaire die voornamelijk manoevres van de Britse vloot en militaire oefeningen in Engeland liet zien. Ondanks de regeling van voorstellingen in diplomatieke kringen, slaagde Urban er echter niet in om winst te maken met de film. De tegenstand kwam vooral uit de Amerikaanse filmwereld. Men vond, zo schreef Urban, de documentaire over het algemeen langdradig en overbeschaafd. Of, zoals iemand op typische wijze sprak:"It has no punch. If it showed troopers beeing blown to pieces, it would go allright" (27). Deze uitspraak mag enigszins gechargeerd lijken, maar het sluit wel degelijk aan bij de overheersende opvatting van Amerikaanse filmondernemers ten aanzien van de oorlogsdocumentaires: de Europese oorlog op het witte doek moest als een dramatisch artikel verkocht kunnen worden. Als de inhoud van de films niet spannend genoeg was, dan kon altijd nog gebruik worden gemaakt van (vaak misleidende) publiciteit, muziek en indrukwekkende titels. Niet voor niets maakten de Duitse propagandisten, middels de American Correspondent Film Company, met THE BATTLE AND FALL OF PRZEMYSL vooral naam doordat een (ficieve?) infanteriecharge met sneuvelende soldaten werd getoond. Dergelijke opnamen, gecombineerd met het werk van officiële fotografen, betekenden voor de Amerikaanse filmondernemers de best mogelijke oorlogsfilms.

Charles Urban deed een jaar later, in mei 1916, een tweede poging om de film in Amerika uit te brengen. Een groep Britse sympathisanten was hem ditmaal te hulp te hulp gekomen en regelde met de Patriot Film Company de exploitatie van de film. In de nieuwe versie werd duidelijk ingesprongen op de preparednessbeweging. Aan het begin van de film zag het publiek een kaart van de Amerikaanse Atlantische kunstlijn. De titels maakten melding van het gevaar dat in vele plaatsen vanuit de zee dreigde. De naam van de vijand liet zich,gezien de omstreden Duitse onderzeeboot kwestie, gemakkelijk raden. Vervolgens toonde de film hoe Engeland zich bewapende tegen een mogelijke invasie (28).

Al Lichtman, de directeur van de Patriot Film Company,was zeer optimistisch gestemd over de exploitatiemogelijkheden. Hij wilde de film, aansluitend op het kassucces van BIRTH OF A NATION (1915),buiten de vaste ditributie om op een exclusieve toernee door het land sturen. De gezelschappen bestonden uit een groot orkest en een technische ploeg voor de speciale lichteffecten. Deze presentatie zou de documentaire net als bij de film van Griffth, een theatraal aanzien geven en als zodanig ook toegankelijk maken voor het meer elitaire publiek (29). De Amerikaanse strafexpeditie in Mexico stimuleerde de publieke belangstelling voor oorlog echter zodanig dat dit plan van de baan werd geschoven. De distributierechten voor vastgestelde territoria werden in juli 1916 direct verkocht om zo snel mogelijk winst te maken (30). HOW BRITAIN PREPARED werd echter opnieuw een mislukking en de Patriot Film Company sloot de boekhouding met een aanzienlijk verlies. Alhoewel de zomerhitte van dat jaar een rol daarbij gespeeld kan hebben, bleef de Amerikaanse filmindustrie het voornaamste obstakel. De reactie van Variety op de film was in zekere zin typerend voor de houding van de amusementswereld. De film ontbeerde vooraleerst de nodige actie. Het eerste deel liet op dat gebied slechts de beschieting van een Duitse bunker zien (in werkelijkheid was de handeling een militaire oefening (31)) en de opnamen van de Britse vloot leverden, volgens de teleurgestelde recensent, evenmin weinig actie op. "All in all the picture might be cut down to about 3,500 or 4,000 feet (50 % van het origineel) and make a fairly interesting subject. In its present form it is much too long " (32).

De tweede Britse oorlogsfilm die Urban naar Amerika bracht, beantwoordde veel meer aan de wensen van de Amerikaanse filmondernemers. De première van THE BATTLE OF THE SOMME vond op 29 september 1916 in New York plaats (33).Dit is niet de plaats om uitvoerig de inhoud van de film te beschrijven. Niet geheel onterecht echter omschrijft de catalogus van het Imperial War Museum in Londen de film als "the classic First World War film in every sense, widely used for stockshots even today" (34). Het bekijken van deze opmerkelijke documentaire liet ook mij persoonlijk niet onberoerd. De film toont op verassende wijze de eerste dagen van het Britse offensief aan de Somme in juli 1916. Klassiek is inderdaad de bekende "over the top" scene die in veel televisie documentaires over de oorlog terugkeert. Een groep Tommies klimt uit de loopgraven waarna twee soldaten voorover buigen en in het prikkeldraad neervallen. Het ontbreken van geluid bij de film maakt op deze momenten een kille, mechanische indruk. (De wetenschap dat de aanval waarschijnlijk naderhand in scène is gezet brengt hierin nauwelijks verandering (35)). De titels zijn over het algemeen opvallend zakelijk van karakter. Kenmerkend is de volgende beschrijving: " A sunken road in 'No man´s land' occupied by the Lancashire Fusiliers (20 minutes after this picture was taken, these men came under heavy machine gun fire) " (36). De soldaten staren gespannen naar de camera. Bij één van hen zijn de zenuwtrekken duidelijk zichtbaar. Er is nauwelijks sprake van continuïteit in de film: iedere scène die wordt aangekondigd in de titel, is onafhankelijk is tijd en plaats van de voorafgaande. De dramatische ordening, zoals in Amerikaanse propagandafilms als PERSHINGS CRUSADERS (1918) ontbreekt nier volledig. Wat blijft zijn opnamen van soldaten die, tot verassing van het publiek destijds, uit het beeld verdwijnen en zonder tekst of uitleg terugkeren- dood of gewond. Het is juist dit ontbreken van een breder, dramatisch perspectief dat nog steeds een authentieke indruk geeft van de slag aan de Somme: een chaos. Alhoewel de film geen melding maakt van de grote Britse verliezen (57.000 alleen al op de eerste dag), wordt evenmin de suggestie gewekt van een onoverwinnelijk Engeland. Overheersend daarentegen zijn de beelden van het leed van Duitse én Britse soldaten. De volgende titel geeft daarvan een typische beschrijving: " British wounded and nerve- shattered German prisoners arriving. Officers giving drink, and Tommies offering cigarettes to German Prisoners" (37). De gebruikelijke lange instellingen (10 à 15 seconden!) doen tenslotte vooral pijnlijk aan wanneer van dichtbij aan het eind van de film de gesneuvelde soldaten worden getoond.

THE BATTLE OF THE SOMME werd, in tegenstelling tot de eerste film die Urban naar Amerika bracht, goed ontvangen in vakbladen. Motion Picture News richtte de aandacht, typisch genoeg, vooral op de gefingeerde "over the top" scène. Peter Milne schreef: "There is no fake charge here (sic!). The men don´t make the motion picture director´s fall. There is no clasping the hands to the breast, wheeling around in mid air and then falling gracefully on the back" (38). Volgens Variety garandeerde deze opname alleen al een aanzienlijke bron van inkomsten voor de filmvertoner (39).

Charles Urban hield ditmaal rekening met de Amerikaanse kritiek op "langdradige"Britse oorlogsfilms als HOW BRITAIN PREPARED. Hij bracht de filmopnieuw uit, maar combineerde de documentaire met de meer opvallende actie- opnamen uit BATTLE OF THE SOMME en de reeds genoemde populaire Franse film over het American Ambulance Corps. De opnamen werden bovendien gemonteerd in de vorm van een wekelijkse serie van korte films (40).Ondanks deze voor de Amerikaanse markt gunstige aanpassingen bleek het echter niet mogelijk om de films uit te brengen. De Patriot Film Company had daarvoor teveel verliezen geleden.

Het was op dit moeilijke moment dat op doorslaggevende wijze door Amerikaanse burgers hulp werd geboden aan de Britse filmcampagne in de Verenigde Staten. In januari 1917 werden de Amerikaanse rechten op de Britse films voor $100,000 overgenomen door Official Government Pictures Inc. Deze organisatie stelde zichzelf tot doel om geld in te zamelen voor het Ambulance Corps en het Britse militaire hulpfonds. Deze werkwijze, die typisch was voor de exploitatie van veel officiële Europese oorlogsfilms, werd eerder verzuimd door de Patriot Film Company. In het bestuur van de nieuwe organisatie zaten, zoals Billboard schreef, de meest prominente personen uit de Amerikaanse zakenwereld. De president directeur was William K. Vanderbilt, een invloedrijke ondernemer. Andere namen in dit illustere gezelschap waren William De Forest Manice en Henry P. Davison die het bedrijf van J.P. Morgan (bekend vanwege de militaire leveranties aan de Geallieerden) vertegenwoordigde. Interessant is dat de organisatie eveneens gebruik maakte van de films over het Ambulance Corps. Daartoe was een speciaal comité opgezet bestaande uit onder meer de echtgenote van Vanderbilt en de dochter van J.P. Morgan. De organisatie, tenslotte, was dusdanig kapitaalkrachtig dat eveneens de rechten op alle officiële Franse films konden worden aangekocht (41).

De vertoning van de Britse films kreeg een aanzienlijke stimulans doordat een contract werd afgesloten met de General Film Company, het ditributiebedrijf van de Motion Picture Patents Co. (42). In de kritieke overgangsperiode naar de Amerikaanse interventie in de oorlog (april 1917) werden de films voor het eerst door geheel Amerika uitgebracht. De Britse oorlogsfilms kwamen, al met al , laat op de markt, maar met de Amerikaanse hulp werd uiteindelijk gebruik gemaakt van een nieuwe, meer agressieve publiciteitsstijl, die duidelijk insprong op de diplomatieke crisis tussen de Verenigde Staten en Duitsland. De volgende advertentie in Motion Picture News (24 februari 1917) laat zien hoe de organisatie het Amerikaanse publiek voorbereidde op een mogelijke interventie:"AMERICA AND THE WAR. Today "war" means more to Americans than it ever did before. Patriotism and preparedness are our countries´ watchwords. Show your public real war- the Official Government made pictures of THE WAR" (43). De bijgevoegde illustratie van een heldhaftige aanval van Amerikaanse soldaten liet aan duidelijkheid niets te wensen over.

6.4 BESLUIT

Het geallieerde filmoffensief in de Verenigde Staten werd reeds geruime tijd voor de Amerikaanse interventie gewonnen. De Duitse propagandisten konden als gevolg van de vroege start van het Oostenrijkse filmwerk gedurende 1915 een voorsprong nemen op de tegenstanders. Het "officiële" karakter van documentaires als THE BATTLE AND FALL OF PRZEMYSL sprak de bioscoopeigenaars ten zeerste aan en werd door het filmbedrijf, ondanks de ontdekking van de propa-

gandistische connecties, uit publiciteitsoverwegingen uiteindelijk zelfs aangewakkerd. De Geallieerden beschikten echter over middelen die vanaf 1916 in het nadeel van het Duits- Oostenrijkse filmwerk begonnen te werken: een regelmatige toevoer en toegang tot de Amerikaanse filmindustrie. De belangrijkste propagandisten van de Geallieerde zaak waren de Amerikanen zelf. Het succes van OUR AMERICAN BOYS IN THE EUROPEAN WAR en de uiterst opportune financiering van de exploitatie van de Britse oorlogsfilms tonen dit het meest duidelijk aan.

Het "officiële" karakter van de documentaires werd niet alleen door de filmondernemers een sterk punt geacht. Zowel de Geallieerde als de Centrale mogenheden gebruikten dit kenmerk om met behulp van oorlogsfondsen geld en sympathie te kweken bij het Amerikaanse bioscooppubliek. Deze werkwijze wijst de weg vooruit naar de officiële Amerikaanse filmpropaganda van het Committee on Public Information.De regeringsdocumentaires waren in zekere zin, net als de oorlogsfilms van de Chicago Tribune, niet meer dan veredelde bioscoopjournaals. De beelden beperkten zich veelal tot onderwerpen die vaak een gearrangeerd karakter hadden: inspecties, parades, de uitreikingen van onderscheidingen e.d. De actuele nieuwswaarde van de films bleef mede door de censsur uiterst beperkt.

In het werk van de C.P.I., dat door de voorzitter George Creel niet voor niets de grootste advertentiecampagne werd genoemd, werd echter gebruik gemaakt van publiciteitstechnieken die doen denken aan de "officiële" Europese oorlogsfilms uit 1914-1917. Vooraanstaande Amerikanen waren aanwezig tijdens de vertoningen en spraken hun waardering uit over de films. Bovendien fungeerden de bioscopen als een belangrijke gelegenheid voor het betalen van de oorlogsleningen. De presentatie van de "officiële" Amerikaanse propaganda films maakten de Europese oorlog op het witte doek,gezien de opmerkelijke theatrale effecten, in veel opzichten zelfs tot een uitbundige patriottistische show. De impliciete veronderstelling daarbij bleef dat de nieuwfilms over de oorlog op de eerste plaats een dramatische "punch" moesten hebben.

VII "MOBILIZE THE MOVIES!" DE OFFICIELE NIEUWSFILM IN OORLOGSTIJD, 1917 -1918

7.1 INLEIDING

Het was 10 april 1918, ruim één jaar na de Amerikaanse interventie in de Eerste Wereldoorlog. In het American Theatre in Davenport (Iowa) draaide een geruchtmakende speelfilm die de gevoelens van patriottisme flink deed oplaaien: THE KAISER- THE BEAST OF BERLIN. Bij één toeschouwer in de zaal werd het bekijken van de vertoning van Duitse wreedheden opgevat als een persoonlijke uitdaging. Toen op het scherm een acteur verscheen die de rol van keizer Wilhelm II speelde, rende hij schreeuwend naar voren toe en vuurde twee schoten af op het witte doek. De man werd vanwege zijn merkwaardige interpretatie van vaderlandsliefde gearresteerd (1).

De deelname van de Verenigde Staten aan de Europese oorlog liet de Amerikaanse filmwereld niet onberoerd. Het beschieten van een afbeelding van de Duitse keizer was uiteraard een uitzonderlijk verschijnsel. Maar voor veel bioscoopbezoekers moet zelfs bij de vertoning van de officiele Amerikaanse oorlogsdocumentaires de grens tussen fictie en realiteit eveneens vaak uiterst vaag zijn geweest. Het nieuws over de oorlog werd op een opmerkelijke gedramatiseerde wijze aan het publiek aangeboden. Verantwoordelijk hiervoor was onder meer de theatermanager S.L. Rothapfel die de nieuwsfilms van speciale effecten voorzag. Deze officiele filmprodukties werden uitgebracht door het Committee on Public Information (CPI), het Amerikaanse propagandaburo. De organisatie zorgde voor het gebruik van opvallende publiciteitscampagnes en monteerde de opnamen met behulp van pakkende titels tot een filmverhaal met een duidelijke boodschap. Het waren echter niet alleen propagandistische overwegingen die, volgens de betrokken Amerikanen, de noodzaak aangaven van het gebruik van drama in de exploitatie van oorlogsdocumentaires. Bedrijven als de Chicago Tribune waren reeds in 1914 tot de conclusie gekomen dat het alleen al uit commercïeel oogpunt de moeite loonde om de vaak saaie oorlogsbeelden met een uitgekiende advertentiecampagne op de markt te brengen. Het Committee on Public Information maakte in 1918 gebruik van een vergelijkbare commerciele exploitatiemethode.

De bedoeling van dit hoofdstuk is om, na een inleidend gedeelte over de eerste reacties op de Amerikaanse interventie, een overzicht te geven van de belangrijkste factoren die van invloed waren op de nieuwswaarde van de officiele oorlogsfilms in 1917-1918. De beschrijving valt uiteen in drie gedeelten: 1/ Produktie: het werk van de officiele fotografen van het US Signal Corps in Europa. 2/ Exploitatie: het gebruik van distributiemethoden en publiciteit door het Committee on Public Information. 3/ Voorstellingen: de inhoud van enkele belangrijke films en de invloed van theatrale effecten op de vertoning van de documentaires.

7.2. DE REACTIES OP DE AMERIKAANSE INTERVENTIE

De Amerikaanse regering voelde zich in februari 1917, ondanks de overheersende wens bij de bevolking om uit de oorlog te blijven, gedwongen om de betrekkingen met Duitsland te verbreken. De directe aanleiding hiervoor was het besluit van de Duitse Generale Staf om met ingang van 1 februari 1917 de onbeperkte duikbootoorlog te verklaren: alle koopvaardijschepen rondom de Britse eilanden zouden zonder waarschuwing worden getorpedeerd. Over de meer fundamentele oorzaken voor de Amerikaanse interventie werd door latere historici van mening verschild. Was de Amerikaanse overheid, zo schreven sommigen, niet het slachtoffer geworden van haar eigen handelspolitiek?

Zeker is, dat de regering van een veronderstelling uitging die in belangrijke mate de Geallieerde partij ten goede kwam. Wanneer Amerikaanse burgers zich op een schip van een oorlogvoerende natie bevonden en zij werden het slachtoffer van een (Duitse) aanval, dan kon en moest de verantwoordelijke partij daarop worden aangesproken. De Duitsers gingen uit van een andere interpretatie. De schepen droegen een vijandelijke vlag en vervoerden vaak, zoals bij de Lusitania, munitie voor de Geallieerden. Alhoewel het transport plaatsvond buiten de terratoriale wateren, fungeerde het in feite als etappevervoer en mocht daarom vernietigd worden.

In een reeks opmerkelijk fel geformuleerde nota's protesteerde de Amerikaanse regering tegen de aanvallen van Duitse onderzeeboten. De laatste bekendmaking, de Sussex nota (18 april 1916), betekende een direkt ultimatum. Indien de Duitse autoriteiten niet onmiddellijk iedere aanval op een passagiers- of handelsschip staakten, was de Amerikaanse regering gedwongen om de betrekkingen met het land te verbreken. Een verandering in dit officiële standpunt bleek, ondanks de Duitse concessies hierop, niet langer mogelijk: het diplomatiek initiatief was vanaf dat moment uit handen gegeven aan Duitsland. President Wilson werd aan het eind van 1916 herverkozen onder de slogan "He Kept Us Out Of The War".Maar de feestvreugde was van korte duur.

Op 31 januari 1917 verscheen de Duitse ambassadeur op het Amerikaanse Ministerie van Buitenlandse Zaken en overhandigde de verklaring over de onbeperkte duikbootoorlog. Al op 3 februari 1917 werden de betrekkingen met Duitsland verbroken. Aan het einde van deze maand verloren opnieuw Amerikaanse burgers het leven toen het Britse schip de "Laconia" ten onder ging. President Wilson vroeg het Congres vervolgens om bevoegdheden tot het bewapenen van de Amerikaanse handelsschepen.
Het Huis van Afgevaardigden keurde het voorstel goed, maar de stemming werd in de Senaat bewust opgehouden zodat ratificatie niet mogelijk bleek. De regering gaf op dat moment het door de Britten beschikbaar gestelde Zimmermann telegram vrij (1 maart 1917). Hierin werd door de Duitse overheid aan Mexico het aanbod gedaan om, in geval van een Amerikaanse interventie, gezamenlijk de oorlog te verklaren aan de Verenigde Staten. Op veel burgers, die al sinds 1915 berichten in de krant lazen over Duits sabotagewerk in Amerika, maakte het telegram een grote indruk. In een speciale zitting van het Congres vroeg Wilson tenslotte om een oorlogsverklaring. De Amerikaanse interventie zou niet alleen de geschonden neutrale rechten herstellen, maar de wereld ook voorgoed vrij maken voor de democratie. Op 6 april 1917 werd de resolutie goedgekeurd: Amerika was de Eerste Wereldoorlog ingegaan.

Hoe reageerde de Amerikaanse filmindustrie op de interventie? Aan patriottisme was over het algemeen geen gebrek bij de ondernemers, maar men stelde zich desondanks aanvankelijk terughoudender op, dan ten tijde van het uitbreken van de Europese oorlog. De jaarlijkse statistische cijfers, die in februari 1918 Door de National Board of Review bekend werden gemaakt, geven aan dat de meeste producenten voorzichtig reageerden op het vooruitzicht van een interventie. Het aantal uitgebrachte films in 1917 bedroeg 3.114 (in 1916:4.113). De belangrijkste afname in de productie vond plaats in de periode maart-juni 1917. De meeste producenten waren op dat moment waarschijnlijk nog niet zeker van het effect van de oorlog op de vraag naar film (2).

Commerciële overwegingen speelden bij deze terughoudende reaktie een belangrijke rol.

Vooraanstaande producenten als George K.Spoor (Essanay) en Albert K.Smith (Vitagraph) zagen de oorlog in zekere zin als een bedreiging voor de bioscoop. De industrie moest zich, zo vertelden zij, zoveel mogelijk onthouden van realistische oorlogsfilms. De oorlog was op zichzelf al een tragedie. de taak van de filmondernemer was niet op de eerste plaats propagandistisch van aard, maar lag in de sfeer van het amusement. Of, zoals Spoor zei: "The public is so satiated with the grim and bitter effects that it revolts at the lesser imitations. What it wants from the front is facts. What it wants from motion pictures is recreation "(3). Dergelijke opvattingen waren mede verantwoordelijk voor de weinig informatieve presentatie van oorlogsfilms in 1917-1918. Volgens veel ondernemers moesten de nieuwsfilms (niet alleen uit oogpunt van patriottisme) aan het publiek iets 'prettigs' te bieden hebben. Amusement en nieuws liepen daarbij in elkaars verlengde.

Op 24 februari 1917 maakten de belangrijkste producenten in de vakpers hun aanbod aan President Wilson bekend om de film te gebruiken ten behoeve van de nationale defensie. Men toonde zich bereid om een commissie te vormen voor samenwerking met de regering (4). In veel Amerikaanse steden waren inmiddels door bioscoopeigenaars speciale voorstellingen opgezet. Het Strand Theater in New York (voor veel filmvertoners hèt voorbeeld van een première bioscoop) nam het voortouw. In het programma verscheen Irene Audrey, gewikkeld in de Star Spangled Banner, en zong het lied 'America'. Vervolgens werd onder meer de documentaire A DAY AT WEST POINT vertoond. De neutraliteitspolitiek van het theater werd, volgens de New York Times, opgegeven en patriottisme zou de boventoon gaan voeren (5).

Het eerste officiële contact met de Amerikaanse autoriteiten werd noch door de producenten noch door de filmvertoners gelegd. De publiciteitsschrijvers van de filmbedrijven, die al sinds 1914 een belangrijke rol speelden bij de exploitatie van oorlogsfilms, lanceerden maart 1917 een grootscheepse campagne onder de slogan "Mobilize The Movies !". Na overleg met vertegenwoordigers van het leger en de Marine had men in de week van 8-15 april 1917 vastgesteld als "National Duty Week". De activiteiten bestonden onder meer uit het schrijven van brieven aan de producenten om zoveel mogelijk geschikte films op de markt te brengen. Bovendien werd het arrangement van speciale posters in de foyers van de bioscopen geregeld. De opstelling van het materiaal moest, zoals het werd geformuleerd, de politieke crisis op optimale wijze naar voren brengen. Tenslotte werd een speciale film aan het eind van iedere voorstelling vertoond met de tekst " Your Country Needs You Now! The US Naval Reserve Force is in need of men from all trades and professions to enroll at once to guard our coast. Service for war time only "(6).

De nieuwsfilmbedrijven versterkten op hun beurt het door de publiciteitsschrijvers opgeklopte patriottisme. Universal, het bedrijf dat in 1914(óok in de advertenties!) naam had gemaakt met het steunen van Wilson's neutraliteitspolitiek, trok waarschijnlijk het meest expliciet van alle filmjournaals de registers open.
Animated Weekly no,67 (11 april 1917) liet geen enkele twijfel bestaan over de Amerikaanse superioriteit op het strijdtoneel: "WAR! WAR! WAR!...Party and racial lines are erased by the entry of the United States into the World War ....Torpedo boat destroyer making smoke screen. A thick cloud of smoke conceals her sister ship from enemy craft. America did this first; other nations followed. Launching torpedoes; deadliest of all war missiles. The United States is supreme in marksmen. Fire!..."(7). De beelden, die afkomstig waren uit het archief, kregen met deze titels de nodige expressiviteit.

Universal bracht als enige bedrijf met een bioscoopjournaal een afzonderlijke nieuwsfilm uit die betrekking had op de Europese oorlog: UNIVERSAL CURRENT EVENTS (1917-18). De redactie maakte bekend dat men het journaal al dusdanig compleet van opzet wilde maken dat het als een historisch document gebruikt kon worden (8). Ik heb de betreffende recensies in de vakbladen doorgenomen en moet de lezer aanraden om de nieuwsfilm niet als zodanig te beoordelen. De bioscoopjournaals lieten reeds voor de oorlog standaardonderwerpen als parades, de onthulling van monumenten en het tewaterlaten van marineschepen zien. UNIVERSAL CURRENT EVENTS was geen uitzondering op deze regel. Een min of meer typisch voorbeeld is het journaal no. 9 dat bijvoorbeeld

militaire oefeningen van de studenten op Princeton University en een parade in Pittsburgh liet zien. Zelfs aan de bekende sportonderwerpen werd een patriottistische presentatie gegeven: "Motorcycle races show that we have great war dispatch riders "(9). Het meest opvallende onderwerp werd (dit was typisch voor veel journaals) bij wijze van hoogtepunt aan het einde vertoond. Theodore Roosevelt, bekend vanwege zijn pro-Geallieerde opvattingen en gepeperde uitspraken, gaf een historische redevoering in Forest Hills. Moving Picture World omschreef de opnamen als volgt: " 5,000 cheer Teddy as he tells exactly what Americanism is. -In ringing speech he flays moral traitors and half baked Americans -Subtitles: 'There can be no half and half attitude in this war !' 'Either a man is American and nothing else, or he is not American at all! We can have no 'fifty-fifty'alligiance in this country'"(10). De nieuwsfilm van Universal had, al met al, weinig nieuws over de oorlog te bieden. Interessanter waren de producties die door het Committee on Public Information werden uitgebracht (zie hoofdstuk 7.4 en 7.5).

Aan welgemeende patriottistische bedoelingen was bij de meeste filmondernemers, zoals gezegd, geen gebrek. De commerciële belangen konden soms echter reden zijn voor een terughoudende reactie op de Amerikaanse oorlogspolitiek. Dit bleek aanvankelijk vooral uit het gedrag van sommige filmvertoners. De oplaaiende controverse in kringen van de Amerikaanse bioscoopeigenaars, die samenviel met de interventie in de oorlog, ging terug naar januari 1917. Lee A.Ochs, voorzitter van Motion Picture Exhibitor's League, schreef destijds een protestbrief aan de vakbladen waarin hij de films van het Universal productiebedrijf als immoreel en sensationeel kwalificeerde.(Dit had waarschijnlijk betrekking op films als TRAFFIC IN SOULS die, gepresenteerd in de vorm van een documentaireonderzoek, het verschijnsel van vrouwenhandel en prostitutie behandelden).Naar later bleek, reageerde Ochs met zijn brief op de weigering van Universal om advertenties in zijn blad, The Exhibitor's Trade Review te plaatsen (11).

De wijze waarop Ochs, gebruikmakend van zijn positie als voorzitter van de Amerikaanse filmvertoners, had geprobeerd om zichzelf te verrijken, zette kwaad bloed bij veel bioscoop-eigenaars. De irritatie nam na de interventie in de oorlog alleen maar toe. Op de jaarlijkse bijeenkomst van de Motion Picture Exhibitor's League in Chicago kwam het tot een formeel protest tegen de wijze waarop Ochs zijn persoonlijke invloed aanwendde om zichzelf opnieuw verkiesbaar te stellen. De controverse liep hoog op. Op 25 juli 1917 berichtte een correspondent van Variety dat een breuk was ontstaan tussen de filmvertoners. Ondanks de oproep tot eenheid van William Brady, die door president Wilson was opgeroepen om de filmindustrie voor propagandadoeleinden te organiseren, scheidden de opstandige filmvertoners zich af tot de American Exhibition Association. Brady reageerde op verontwaardige wijze: de bioscoopeigenaars zouden geen patriottisme maar politiek bedrijven. De plannen voor een officiële filmcampagne in de Verenigde Staten werden op deze wijze tegengewerkt (12).

De redactie van Motion Picture News probeerde op zijn beurt de afscheidsbeweging met de mantel der vaderlandsliefde te bedekken. Men schreef: "Politics should never cut a figure in their deliberations, but in this supreme instance of a country's call there are no politics "(13). De American Exhibition Association was inderdaad uit zakelijke overwegingen opgericht: het bestuur vreesde met name dat Ochs, middels zijn eigen vakblad, gebruikmaakte van gemengde belangen. Bovendien was men er niet zeker van of hij soms beïnvloed werd door de filmproducenten; de advertenties in zijn blad konden hem gevoelig maken voor pogingen tot 'omkoperij'. Toch speelde de nieuwe organisatie een rol die niet geheel zonder een politieke bijbetekenis was. In september 1917 maakte het Amerikaanse Congres bekend dat op bijna alle toegangsbewijzen voor het theater een oorlogsbelasting van 10% zou worden geheven. De filmvertoners in New York besloten hierop om de toeslag door te berekenen in de toegangsprijzen: het publiek moest, naar men dacht, de kosten betalen (14). De fiscale aanslag was voor veel distributeurs eveneens aanleiding om de rekening voor de bioscoopeigenaars te verhogen. De American Exhibition Association verzette zich echter tegen deze werkwijze. De organisatie weigerde om op deze manier de oorlogsbelastingen voor de regering in Washington te betalen. De rekeningen van de distributeurs waren namelijk, gebruikmakend

van een nieuwe belasting op het celluloid, buiten alle proporties verhoogd. Opvallend is dat kernen van verzet in de nieuwe organisatie van filmvertoners vooral te vinden waren in het midden westen. Billboard, het enige amusements-vakblad dat niet in New York gevestigd was, maakte onder meer melding van een grote aanhang in de staten Michigan, Detroit, Cleveland en Indianapolis(15).

Het verzet van de American Exhibition Association had een zakelijk karakter: de producenten mochten geen misbruik maken van de nieuwe belasting-maatregel. Men weigerde daarom om de rekeningen te betalen. Toch had dit hardnekkige verzet, denk ik, wel degelijk een min of meer 'politieke' achtergrond. De aantijgingen dat de filmvertoners niet patriottistisch waren, omdat zij vanwege hun verzet de inning van overheidsgelden verhinderden, deed hen waarschijnlijk niet veel. Indien het zakelijk belang geen alternatief aangaf, dan was protest of zelfs verzet de enige mogelijkheid. Dezelfde overwegingen kenmerkten soms, zoals later zal blijken, de houding van Amerikaanse filmbedrijven tegenover het Committee on Public Information.

7.3. DE OFFICIELE FOTOGRAFEN VAN HET US SIGNAL CORPS

De Amerikaanse oorlogsverklaring bracht bijna direct het welhaast onvermijdelijke verschijnsel van filmcensuur met zich mee. Eind april 1917 deed de procureer-generaal in Pittsburg het verzoek aan de censuurraad van de staat Pennsylvania om drie speelfilms, waaronder de pacifistische producties CIVILISATION en WAR BRIDES, uit de roulatie te nemen. De films zouden onder meer de patriottistische stemmingen onder de bevolking nadelig beïnvloeden (16). In Ohio ging de regionale censuurraad zelfstandig tot acties over.. Alle films die betrekking hadden op militaire onderwerpen werden nauwgezet bekeken voordat ze in de bioscopen verschenen (17). Senator Davis uit Buffalo (New York) tenslotte, bepleitte op zijn beurt een definitief verbod op alle oorlogsfils, die als gevolg van de vertoning van bepaalde gruwelijke scènes, de militaire recrutering tegenwerkte (18).

De federale autoriteiten oefenden eveneens hun invloed uit op de vertoning van oorlogsfilms. Reeds enkele dagen na de Amerikaanse interventie schreef de minister van Marine, Joseph Daniels. in een brief aan de redacties van de bioscoopjournaals. Hierin werd het verzoek gedaan om geen opnamen van marineschepen, militaire voorbereidingen en manoeuvres te vertonen, tenzij deze waren goedgekeurd door het ministerie (19). Het werk van de nieuws-filmbedrijven werd alsgevolg van deze maatregelen waarschijnlijk aanzienlijk bemoeilijkt. Maar wellicht nog veel hinderlijker voor de ondernemers was het ontbreken van een officiële richtlijn: wat mochten de bedrijven al dan niet in beeld brengen ? Bij welke instanties moest de geschikte toestemming worden aangevraagd? Pas in augustus 1917, vier maanden na de interventie, stuurde het Committee on Public Information een circulaire aan de vakpers waarin een antwoord op deze belangrijke vragen werd gegeven. Eén van de belangrijkste maatregelen van de overheid betrof een exclusieve toewijzing van de taak van het filmen van de oorlog in Europa aan het leger:" No photographers shall be permitted to accompany the army abroad on active service in the war zone, except the official photographers in the government service "(20)

Deze officiële fotografen werden uiteindelijk ingedeeld bij het United States Signal Corps. De aanstelling van het Corps voor het fotograferen van de oorlog vond om verschillende redenen plaats. Het leger wilde, in navolging van de Europese landen, het werk in eigen hand hebben en civiele fotografen zo ver mogelijk van het front vandaan houden. Bovendien had het Signal Corps, alhoewel het voor juli 1917 geen officiële opdracht daartoe had ontvangen, een zekere traditie opgebouwd met het gebruik van fotografie. In 1896 publiceerde een officier het eerste militaire handboek over dit

onderwerp. Het fotomateriaal werd destijds niet langer in de vorm van platen maar als rollen geproduceerd. Dit leverde, gecombineerd met de kortere belichtingstijd, voor het eerst nieuwe technische mogelijkheden op. Het Signal Corps experimenteerde vervolgens met luchtfotografie vanuit observatieballonnen (1898) en stuurde tijdens de oorlog met Spanje enkele fotografen het veld in. Het is niet geheel duidelijk wanneer het Corps voor het eerst gebruikmaakte van een filmcamera. De eerste vermelding betreft in ieder geval een opname van een testvlucht van de gebroeders Wright in 1909 (21).

Het Signal Corps was, zoals de meeste onderdelen van het Amerikaanse leger, nauwelijks voorbereid op de oorlog. Toen op 27 juli 1917 het eerste fotografische laboratorium in Parijs werd geopend, bestond het personeel uit één officier en één gewoon soldaat. In augustus 1917 volgde, met de aanstelling van vijf officieren op het hoofdkwartier in Amerika, de formele opzet van een fotografische afdeling in het Corps. Deze "Photographic Division" bestond ten tijde van de wapenstilstand uit 54 officieren en 418 soldaten. Maar de toename in personeel was alles behalve gemakkelijk verlopen (22).

Toen in 1916 door het Congres een nieuwe wet op de nationale defensie werd aangenomen, was het Signal Corps kleiner dan tijdens de Spaans-Amerikaanse oorlog. De 42 officieren en 1.212 soldaten waren, voornamelijk in de vorm van compagnies voor de aanleg van telegrafische verbindingen, breed verspreid over het Amerikaanse continent. Alleen bij de "Aviation Section"(tot mei 1918 was het Signal Corps verantwoordelijk voor de luchtmacht) was in 1917 sprake van een geringe toename in personeel.Tijdens de interventie bleek dan ook snel dat het Signal Corps onderbemand was. Fotografie was, volgens veel officieren, één van de taken die op de schouders van reeds overbelaste militairen werden geplaatst. Het Corps, dat zich in Frankrijk voornamelijk bezighield met telegrafie, stelde bovendien(zeker ingeval van publiciteitsdoeleinden) zeer lage prioriteiten aan het gebruik van fotografie. Of, zoals Dulany Terrett schreef in zijn officiële geschiedschrijving van dit Amerikaanse legeronderdeel: "Photography was limited to the indirect forms of communication, and for military purposes these were associated with minor functions or with major functions in a minor way. Publicity and record were the minor, intelligence and training the major" (23).

De fotografische afdeling van het Signal Corps was over het algemeen niet alleen onderbemand. De militaire fotografen hadden bovendien aanvankelijk geen duidelijk idee van het werk dat gedaan moest worden. Het leger gaf, merkwaardigerwijs, in eerste instantie de voorkeur aan personeel dat niet beschikte over een opleiding in de fotografie of filmindustrie. Op deze wijze konden, zo dacht men, de officieren met succes de discipline handhaven. Deze werkwijze leverde wellicht goede soldaten op, maar het gaf uiteraard geen enkele garantie dat geschikte fotografen werden opgeleid. Het gevolg was dan ook, zoals George Creel later schreef, dat de fotografische afdeling van het Signal corps in het begin vooral een denkbeeldige aangelegenheid bleek te zijn. Het Committee on Public Information was van mening dat dit een ontoelaatbare situatie was. Kendall Banning en Lawrence E.Rubel deden daarom een onderzoek naar het bestand aan Amerikaanse fotografen. Uiteindelijk werd het leger ertoe gebracht om de geschikte burgers als officier zonder militaire commissie te recruteren. (later kregen veel civiele fotografen de rang van luitenant)(24).

Voor het werk als oorlogsfotograaf waren bijzondere kwalificaties nodig. Niet iedere cameraman kwam, zoals het Committee on Public Information terecht inzag, in aanmerking voor het filmen van een oorlog. In een bericht aan Moving Picture World werd uitgelegd op basis van welke criteria een fotograaf geschikt werd geacht. De succesvolle persfotograaf kwam het meest tegemoet aan de gestelde wensen, Hij moest, eenmaal in het leger, initiatief durven te nemen en zelfstandig kunnen werken (25).

Het Signal Corps bevond zich over het algemeen bij de recrutering van fotografen in een onplezierig dilemma. Onder druk van het CPI was het leger ertoe overgegaan om de meer geschikte civiele fotografen een plaats te geven, maar, naarmate de jongelui uit de studio's in New York en Californië toestroomden, werd steeds duidelijker dat velen zich met een opvallend gebrek

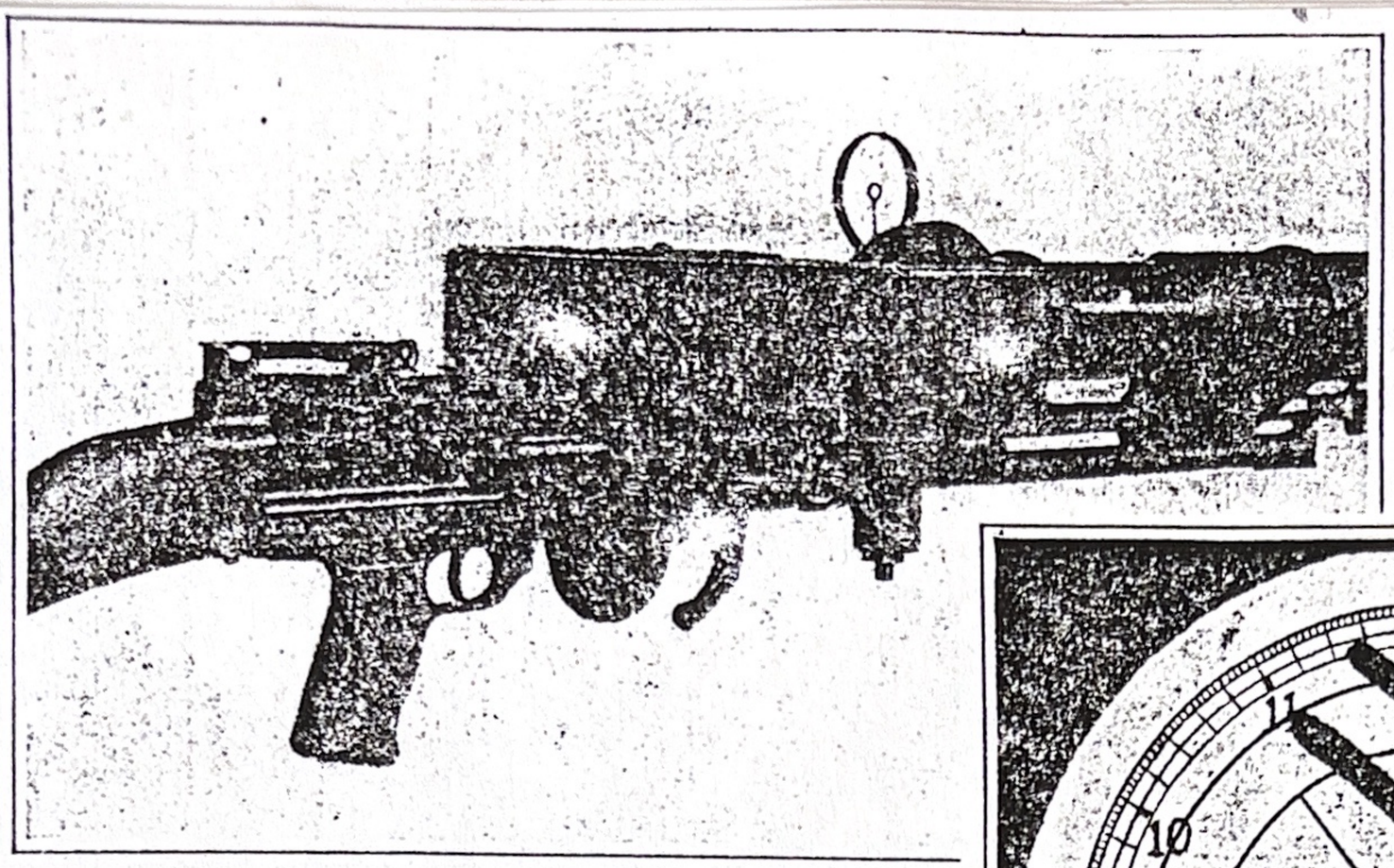
aan discipline gedroegen. Het nogal eigenmachtig optreden van de soldaten, die als cameraman gewend waren om op geheel eigen wijze bij het nieuws te komen zorgde voor veel irritatie bij de militaire superieuren. Sergeant George Marshall gaf uiteindelijk de moed op. Hij vertelde:"It was useless. You couldn't beat them down. I had all these characters, like those fabulous New York cameramen from Hearst News; they'd never taken orders in their life. I remember one of them coming out on parade with his shirt-tail sticking out. I said, 'You can clean up the barracks this morning'. He wanted to shoot me. 'Don't tell me what to do!', he said"(26).

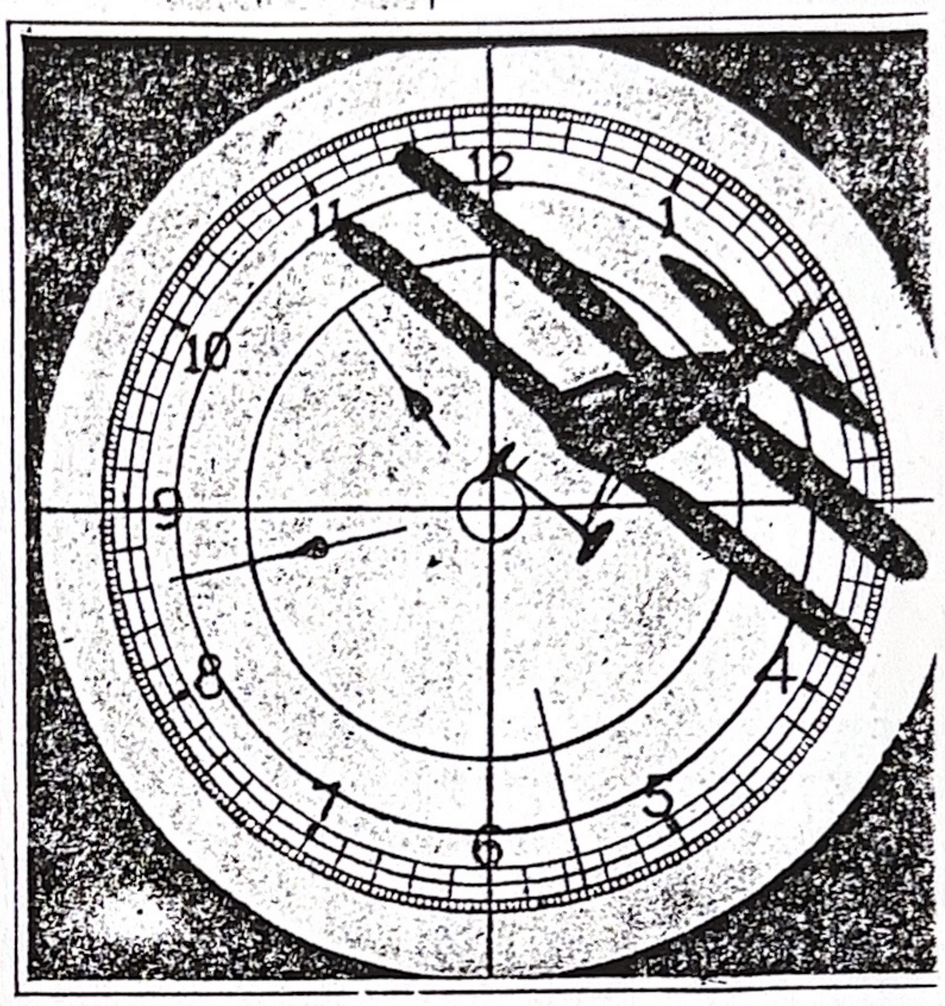
De namen van de militairen in het Signal Corps zijn, vooral gezien hun latere prestaties, indrukwekkend genoeg: Victor Fleming (co-regisseur van GONE WITH THE WIND), Joseph von Sternberg (bekend van de films met Marlène Dietrich) en Lewis Milestone (regisseur van dé klassieke speelfilm over de Eerste Wereldoorlog, ALL QUIET ON THE WESTERN FRONT) zijn slechts enkele van hen. Nadat de fotografen waren opgeroepen begon de opleiding. Volgens Liberman waren in 1917-1918 drie speciale scholen beschikbaar: Fort Sill (Oklahoma), Rochester (New York) en Colombia University (27). In Rochester bevond zich de school voor luchtfotografie van het Signal Corps. Gedurende vijf weken kregen de recruten een stoomcursus met werk- en hoorcolleges. Het totaal aantal cursisten gedurende de oorlog bedroeg ongeveer 600. Tegelijkertijd werden de fotografen gedrild. Earl Theisen schreef: "They marched. They hiked. They swept floors. And they kitchen policed. It was a process of hardening "(28).

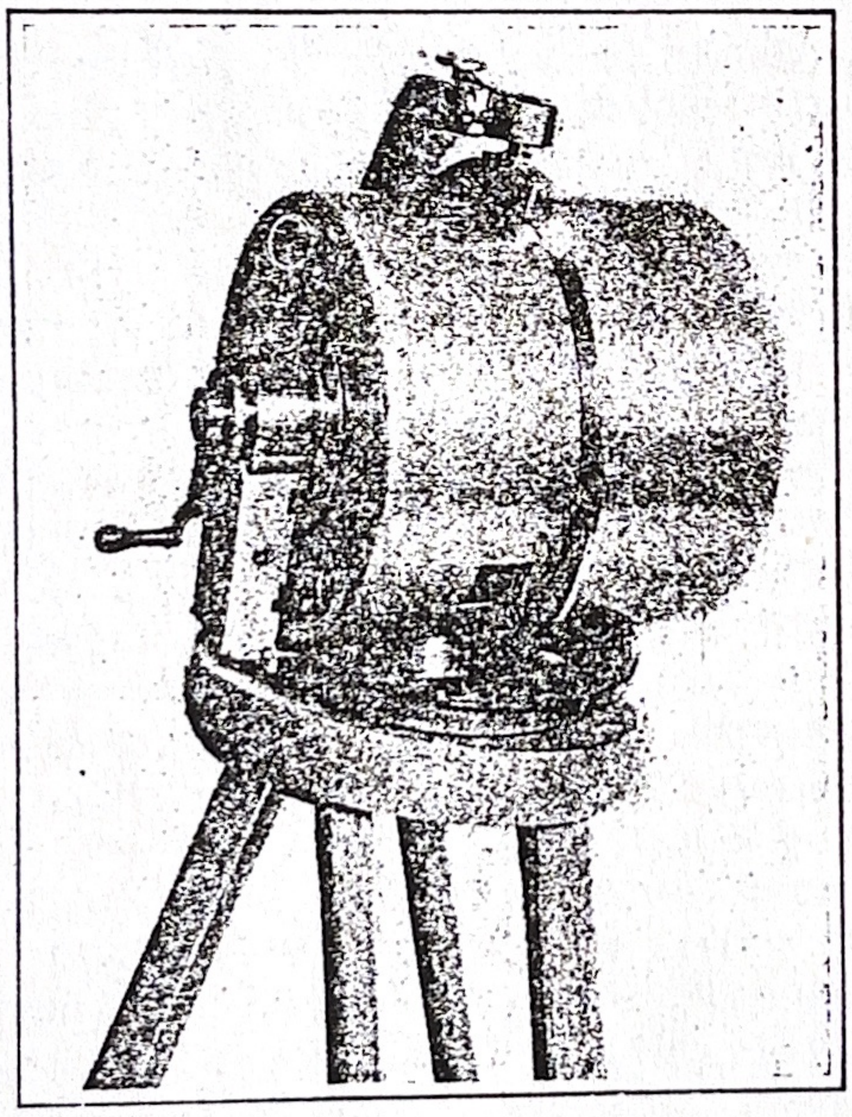
Toch verslapte de discipline na aankomst in Frankrijk in veel gevallen vrij snel. De oorzaak hiervoor lag niet alleen bij het eigenzinnig gedrag van veel fotografen, maar ook bij de gebrekkige organisatie van het werk aan het front. Het Signal Corps deelde de fotografen in als speciale eenheden. Iedere eenheid bestond uit een officier met commissie, een sergeant eerste klasse en een gewoon soldaat eerste klasse. De militairen deden zowel foto- als filmwerk. Bij ieder hoofdkwartier, legerkorps en divisie werd een dergelijke "Photographic Unit" geplaatst. Nadat een ploeg terugkeerde van het front werd de groep toegewezen aan een nieuwe militaire eenheid. De fotografen kregen aldus nauwelijks de gelegenheid om het terrein te verkennen en zij leefden, in tegenstelling tot de infanterie, een nogal geisoleerd bestaan. In de praktijk betekent dit dat veel fotografen zonder enige richtlijn of begeleiding het veld ingestuurd werden. Zo vertelde Ernest Schoedsack:" I had no directive, no passes, no nothing. They didn't even give me a gas mask or a helmet, although I did get a .45 and some ammunition..."(29).

De militaire fotografen van het Signal Corps konden uiteraard gebruikmaken van faciliteiten die de Amerikaanse collega's van vóór 1917 zelden tot hun beschikking hadden. Het Corps verwachtte aanvankelijk dat de meeste films dichtbij het front werden ontwikkeld. Voor dit doel werden speciale trucks met een donkere kamer uitgerust. Bovenop het voertuig bevond zich een tank met het benodigde water. Deze methode leende zich uitstekend voor een snelle verwerking van observatiefoto's die vanuit de lucht waren genomen. Homer Croy schatte dat binnen 15 minuten een afdruk op de plaats van bestemming was (30). Maar het was niet noodzakelijk dat de meeste films, in tegenstelling tot de observatiefoto's, direct ontwikkeld werden. Zeker toen het Signal Corps laboratorium in februari 1918 naar Vincennes verhuisde en de ruimte gaf voor 8 officieren en 28 soldaten, werden de meeste films aldaar onderzocht. De procedure was als volgt: iedere spoel werd bekeken op militaire informatie die de vijand iets zou kunnen opleveren. Vervolgens werd een duplicaat gemaakt van de negatief opnamen (alle originele negatieven bleven gedurende de oorlog in Europa) en doorgestuurd naar het War College in Washington DC. Opnieuw ging de film onder het oog van de censor. Tenslotte onderzocht het Committee on Public Information vanaf maart 1918 in derde instantie, met advies van de National Board of Review, het celluloid. De films gingen al met al door een uitgebreid netwerk van controle en censuur (31).

Het Signal Corps kon, afgezien van mobiele donkere kamers, beschikken over een aantal uitvindingen waarbij de film voor nieuwe militaire doeleinden werd toegepast. Een tweetal Amerikaanse cameramodellen kreeg onder invloed van de oorlog een nieuw gebruik.
In de luchtfotografie werd over het algemeen, vanwege de trillingen van het







FILMCAMERA'S VOOR MILITAIR GEBRUIK

Boven: Apparaat gemonteerd op Lewis geweer
Onder: De "pancake" camera van Akeley (model 1915)

vliegtuig, gebruikgemaakt van fotocamera's die een redelijk korte sluitertijd hadden. Dit waren doorgaans modellen die nog met fotoplaten werkten (bijvoorbeeld de Graflex en Type L camera). Revolutionair in dit opzicht was de wijze waarop de Amerikanen waarschijnlijk voor het eerst een magazijn met filmspoel op een Lewis geweer monteerden. Het vizier was afgesteld op de focus van de camera. Bovendien konden in één reeks ruim 100 afbeeldingen worden gemaakt. De filmafdrukken lieten zien of het object' doeltreffend' was gefotografeerd (zie illustraties) (32).

Het Signal Corps maakte eveneens gebruik van een aangepast cameramodel van de ontdekkingsreiziger Carl E.Akely. Akely had in 1915 een eigen camera, bijgenaamd de "pancake", ontworpen. Dit ronde model kon, net als de Aeroscope, zonder driepoot worden bediend. De camera was bevestigd op een metalen bal die in een holte ronddraaide en het apparaat aldus in een horizontale positie hield. De camera werd op deze wijze licht en handzaam gemaakt. Bovendien was het frame, dat volledig uit metaal bestond, bestand tegen een ruwe behandeling. Volgens Scientific American werd deze opmerkelijke camera in 1918 als standaardmodel voor het US Signal Corps gebruikt (33).

Toch waren de prestaties van de officiële Amerikaanse fotografen, ondanks de bovengenoemde privileges, over het algemeen gebrekkig wanneer men de verwachtingen van het bioscooppubliek in aanmerking neemt. Het belangrijkste obstakel was en bleef de ongunstige situatie aan het front. De gevechten vonden plaats op een terrein dat sinds jaren was veranderd in een vormeloze massa van modder, prikkeldraad en puin. Dit was nauwelijks het decor voor de heroische infanteriecharges waarop veel kijkers thuis zo gebrand waren. De nieuwsfilms van het Signal Corps lieten soldaten zien die als nietige figuren in dit naargeestige landschap rondliepen. De beelden waren, zoals Edgar B.Hatrick uitlegde, weinig dramatisch: " There's no way of showing hundreds of men making a charge, because they don't go forward in close formation (het stereotype beeld uit veel Amerikaanse speelfilms destijds). You're lucky if you can get half a dozen figures in the range of your camera "(34).

De slechte belichting maakte het vaak onmogelijk om de aanvallen, die veelal 's ochtends vroeg plaatsvonden, te filmen. Leon H.Caverly, de officiële cameraman van het US Marine Corps, wist tot op zekere hoogte met improvisatie het één en ander te bereiken. Bij gebrek aan ijs liet hij het water in zijn mobiele tank afkoelen gedurende de nacht, en kon aldus de films zonder hulp van het laboratorium ontwikkelen (35).Maar tegen de natuurlijke elementen leek hij nauwelijks opgewassen. In een brief aan zijn vroegere baas Jack Cohn, de redacteur van het Universal journaal, schreef Caverly: " Light conditions are very bad as it is pitch dark by three-thirty, and besides it rains ans rains and rains with the result that we are knee deep in mud spelled with a capital letter. If 'War is Hell' as Sherman said, it should be fought in the tropics to carry out the proper idea of heat. Incidentally light conditions would be greatly improved "(36).

De oude problemen (immobiele camera's, slechte belichting en dergelijke) oefenden ook in 1917-1918 een onweerstaanbare invloed uit op het werk van de Amerikaanse oorlogsfotograaf. Edgar B.Hatrick bezocht namens het Committee on Public Information het eerste grote Amerikaanse offensief bij Chatteau-Thierry in juli 1918. Zijn tocht naar het front, in gezelschap van cameraman Hubbell, werd op resolute wijze onderbroken door een woedende kolonel, die hen vroeg wat "the bang bang blazes" zij aan het doen waren. Hun bewegingsvrijheid werd aanzienlijk ingeperkt omdat de officier niet wilde dat de camera vijandelijk vuur aantrok (37). Deze min of meer practische overweging speelde al voor 1917 een rol van betekenis. Een correspondent van Scientific American schreef het verzet van sommige Amerikaanse officieren tegen het werk van de Signal Corps fotografen echter aan meer hardnekkige oorzaken toe: " In many cases they did not appreciate what pictures might mean, and not infrequently the Photographic Unit had to fight both red tape and an old-fashioned notion that pictures were of no importance" (38). Het valt ten zeerste te betwijfelen of de privileges van de officiële fotografen enige verandering hebben gebracht in deze opvattingen.

Het Signal Corps bevond zich in zekere zin tussen twee vuren . Het

leger wilde, zoals gezegd, op de eerste plaats opnamen voor militaire observaties en trainingen. Het CPI daarentegen, bepleitte het gebruik van films voor publiciteitsdoeleinden. De oorlog moest, ook op het witte doek, verkocht kunnen worden. Maar hoe moest men beelden van een oorlog die nauwelijks aantrekkelijk oogden aan de man brengen? Op het werk aan het front kon geen direkte invloed worden uitgeoefend; de Signal Corps fotografen vielen onder het gezag van het leger. Daarom stuurde het CPI enkele vertegenwoordigers naar het front.

Edgar B. Hatrick was niet de enige functionaris van het Amerikaanse propagandaburo die de omstandigheden in Europa verkende. Perry Arnold en Lucien Wheeler (de laatste was verantwoordelijk voor de distributie van CPI films in Engeland) bezochten eveneens Frankrijk. Kapitein Hardy, die aan het hoofd stond van het Signal Corps laboratorium in Vincennes, sprak op schampere wijze over hun pogingen om nieuw leven in de oorlogsfilms te blazen. Hardy verklaarde dat, indien één van zijn fotografen zou proberen om een opname in scène te zetten ten behoeve van het dramatische effect, hij hem hoogstpersoonlijk bij het nekvel zou grijpen. Maar Arnold en Wheeler hadden blijkbaar andere opvattingen over het nut van de films. Hardy's commentaar geeft een opmerkelijk inzicht in de verwachtingen van sommige CPI functionarissen ten aanzien van de officiële nieuwsfilms van de oorlog: "Some of the men at the bureau of public information felt that the pictures lacked 'pep'. They felt they were too much back line stuff and that what the people in America wanted was action. So the chief of the department said:'Go ahead; go on out there. You have all the opportunity you want to get anything you please.' "(39). Op de vraag van een journalist of Wheeler en Arnold aan het front nog iets interessants zagen, sprak de kapitein met nauwelijks verholen minachting: "Nothing but cooties" ("Alleen een stelletje dwazen"). Daarmee werd gedoeld op Perry Arnold en Lucien Wheeler.

Het Committee on Public Information kon geen invloed uitoefenen op het produktiewerk van de films. De omstandigheden aan het front maakten het welhaast onmogelijk om indrukwekkende opnamen van deoorlog te maken. De oplossing voor dit probleem werd niet in Europa maar in Amerika gevonden. De publiciteitscampagnes van het CPI en de speciale vertoningen van documentaires als AMERICA'S ANSWER gaven aan de gebrekkige beelden een nieuwe aantrekkingskracht. Frank Marion, die voor het CPI in Spanje en Italïe een filmcampagne voerde, bracht deze kwestie misschien nog het meest duidelijk onder woorden: "Such scenes as marching troops, construction work and artillery operations are allready stale and something more substantial must be secured. This kind of material cannot be obtained by cameramen in the front lines" (40).

7.4. HET COMMITTEE ON PUBLIC INFORMATION VERKOOPT EEN OORLOG

Op 13 april 1917 ondertekende President Wilson een officiële beschikking waarin de opzet van het Committee on Public Information werd vastgelegd. De oorspronkelijke bedoeling was om de informatieverstrekking van de regering aan de Amerikaanse media te reorganiseren. Veel redacteurs klaagden over het gebrekkige oorlogsnieuws dat door de overheid werd aangeboden. Anderzijds nam de druk op een controle van de media reeds binnen enkele maanden na de interventie snel toe. De Espionage Act, die een wettelijke grondslag gaf voor politieke censuur, werd pas in juni 1917 door het Congres aangenomen. Tot die tijd kon men slechts hopen dat door de redacteurs een vrijwillige censuur werd uitgeoefend. Door het Ministerie van Buitenlandse Zaken werd echter aangedrongen om van overheidswege alvast meer aandacht te besteden aan publicaties die van nut voor de vijand konden zijn. Aan het Committee on Public Information werd de moeilijke taak toebedacht om zich zowel met censuurmaatregelen als oorlogspropaganda bezig te houden. (Tijdens de Tweede Wereldoorlog werden deze twee functies gescheiden).

De organisatie had een civiele voorzitter, een journalist uit het Westen en een fervent aanhanger van Wilson, genaamd George Creel. Creel stortte zich met veel energie en improvisatie op zijn werk. Zoals hij uitlegde aan de historici Mock en Larson stond hij bij de opzet van het CPI voor een belangrijke keuze. Er kon gekozen worden voor een directe censuur met behulp van een groot bureaucratisch overheidsapparaat. Het alternatief was dat de Amerikaanse bevolking werd geconfronteerd met een niet aflatende stroom van publicaties die tenslotte geen ruimte overliet voor een negatieve geruchtenvorming. Creel koos, naar hij vertelde, voor de laatste mogelijkheid (41). Het werk van zijn organisatie zou de grootste advertentiecampagne aller tijden worden. Zijn taak was om de Europese oorlog op een zo effectief mogelijke wijze aan het publiek te verkopen. Commerciële overwegingen vermengden zich op merkwaardige wijze in de gedachten van Creel met het door Wilson's politiek aangewakkerde idealisme. Een directe controle op de media zou, volgens Creel, niet stroken met de democratische verworvenheden. Of, zoals hij op nogal verdedigende wijze schreef in zijn boek "How We Advertised America": "In no degree was the Committee an agency of censorship a machinery of concealment or repression. Its emphasis throughout was on the open and the positive" (42).

In hetzelfde boek schreef Creel:" At the very outset, it was obvious that the motion picture had to be placed on the same plane of importance as the written and spoken word" (43).In veel opzichten was zijn erkenning van de propagandistische waarde van de film in oorlogstijd een opmerking die achteraf werd gemaakt. Slechts met veel vertraging en reserve gingen de functionarissen van het CPI zich bezighouden met de exploitatie van oorlogsfilms. Op 25 september 1917, ruim vijf maanden na de interventie, werd in het CPI een afzonderlijke filmafdeling opgezet. Het duurde echter nog tot maart 1918 voordat de organisatie een geinvesteerd belang kreeg in de Amerikaanse filmwereld. De commerciële opvattingen van de filmondernemers waren een belangrijke oorzaak hiervoor. Het CPI leverde in grote aantallen gratis persartikels af aan de krantenredacties. Deze werkwijze ondervond weinig hinder omdat de bladen reeds vóór 1917 gebruikmaakten van officiële perscommuniqués. Maar toen de organisatie van Creel gratis films aan de bioscopen beschikbaar stelde bleek daarvoor nauwelijks belangstelling te zijn. Een gratis film was namelijk geen handelswaar. Alleen via de gangbare weg kon een CPI film het grote publiek bereiken: door verkoop aan distributeur, filmvertoner en klant. Creel en zijn medewerkers waren , met andere woorden, onder commerciële druk van de filmbedrijven, gedwongen om de Europese oorlog op het witte doek te verkopen. Mét de inzet vanaf maart 1918 van commerciële exploitatiemethoden verschenen, tenslotte, eveneens de gebruiken die reeds eerder van invloed waren op de

oorlogsfilms: speciale vertoningen, publiciteitscampagnes en de toepassing van theatrale effecten tijdens de voorstellingen

Hoe verliep in grote lijnen het filmwerk van het CPI? In mei 1917 werd een begin gemaakt met het contact tussen de regering en filmindustrie. Op verzoek van de minister van Financiën deed William A.Brady, de voorzitter van de National Association of Motion Picture Industry (NAMPI), een oproep aan de belangrijkste ondernemers. Zij stelden een comité samen dat onder meer een korte film uitbracht voor de eerste Amerikaanse oorlogslening. Eastman Kodak had voor dit doel een grote hoeveelheid celluloid beschikbaar gesteld(44). Brady sprak reeds ten tijde van het werk voor de oorlogslening de hoop uit dat een nationale organisatie kon worden opgezet om, in samenwerking met de regering, een filmcampagne te voeren (45). Begin juli 1917 stelde zijn organisatie een speciale "War Cooperation Committee" aan.Als voorzitter werd D.W.Griffith, die destijds in Europa was, gekozen. De doelstelling, zoals weergegeven in Billboard, was nog uiterst algemeen: het behandelen van alle filmzaken die van belang konden zijn voor de regering (46). De filmindustrie was al begonnen met de nodige voorbereidingen, toen van hoger hand werd gereageerd. Op 28 juni 1917 schreef president Wilson een brief aan William Brady. In dit opmerkelijk schrijven vroeg de president aan Brady om de filmindustrie dusdanig te organiseren dat een directe samenwerking met het Committee on Public Information mogelijk was. De brief was mede bedoeld om, zoals Wilson schreef, officiële erkenning te geven van de groeiende betekenis van dit nog jonge medium:" The film has come to rank as the very high medium for the dissemination of public intelligence, and since it speaks a universal language it lends itself importantly to the presentation of America's plans and purposes "(47)

Op 6 juli 1917 bezocht George Creel het kantoor van Brady's organisatie. Tijdens de vergadering werd besloten om een speciale vertegenwoordiging van de "War Cooperation Committee" naar Washington te sturen. De leden van deze groep zouden overleg plegen met verscheidene ministeries en regeringsorganisaties als de Food Conservation Board. Creel benoemde bovendien drie vertegenwoordigers van de bioscoopjournaals tot een afzonderlijk comité voor de nieuwsfilms. Al tijdens het eerste overleg met het CPI werd duidelijk dat de filmdistributie problemen kon opleveren. Het CPI stelde voor dat de ondernemers een samenwerking aangingen met het Rode Kruis dat zelf reeds over een filmburo beschikte. De bedoeling was, dat onder auspiciën van het Rode Kruis en met hulp van de bioscoopeigenaren voorstellingen werden geregeld. Maar de filmvertoners moesten daarbij de garantie hebben van een bepaald minimum inkomen. De films, hoe patriottistisch dan ook, konden niet gratis worden vertoond. Of, zoals Motion Picture News op voorzichtige wijze liet doorklinken: "For patriotic purposes it is essential that the pictures be propaganda; yet... it is essential that the pictures be valuable enough to the exhibitor that he will willingly pay a price for them "(48). Deze kwestie legde al vrij snel een kink in de kabel van het contact tussen het CPI en de filmwereld. De leden van het War Cooperation Committee bezochten weliswaar Washington DC en al op 28 juli 1917 maakte Brady bekend dat bij practisch alle regeringsinstanties filmcomité's waren opgezet. Maar het Committee on Public Information schitterde in dit gezelschap door afwezigheid (49).

De organisatie van Creel had al vrij snel besloten om de contacten met de commerciële filmbedrijven op een afstand te houden. Mochten de officiële nieuwsfilms, zo dachten velen, wel in handen vallen van ondernemers die zichzelf ermee konden verrijken? Het CPI besloot uiteindelijk om de distributierechten van de Signal Corps films over te dragen aan het Rode Kruis. Ieder bioscoopjournaal kon bij deze organisatie aankloppen voor het wekelijkse pakket oorlogsfilms. Het resterende materiaal werd door het CPI in speelfilmlengte gemonteerd. Deze documentaires werden overgedragen aan verscheidene patriottistische organisaties en de State Councils of National Defense. Geen enkele film werd in een gangbare bioscoop vertoond en de toegangsprijzen waren, tenzij bij benefiet voorstellingen, gratis (50).De betrokkenheid van het Rode Kruis bij dit werk mocht de vertoningen een patriottistische allure geven. De gratis voorstellingen mochten een garantie zijn dat de goede diensten niet werden bezoedeld met een financiële smet. Maar er was, zoals gezegd, slechts één weg naar het grote bioscooppubliek: via de normale theaters. Uit het propagandistisch oogpunt van een zo groot mogelijk bereik van de films had het

CPI een ongunstige start gemaakt.

Het Committee on Public Information was bereid om deze situatie, die leed onder een groot aantal gebreken, te laten voortslepen omdat de filmcampagne van de organisatie zich aanvankelijk vooral op het buitenland richtte. George Creel zelf schreef op 1 oktober 1917 over de noodzakelijke prioriteiten: "I made the distinct statement that I could not and would not consider the American situation at this time, since it was all important that we concentrate upon operations in France, Italy and Russia" (51). Nog in dezelfde maand organiseerde de filmindustrie op verzoek van president Wilson een speciale instantie die zich bezighield met de buitenlandse filmcampagne: de American Cinema Commission. Het CPI was verantwoordelijk voor het uitvoerende werk. De filmbedrijven leverden op hun beurt de vrijwilligers, de apparatuur en de films (52).

De voorzitter van deze nieuwe organisatie was Jules E.Brulatour, een werknemer van Kodak. Zijn connectie met dit bedrijf waren van aanzienlijk belang voor het werk. Het hoofdkantoor van de organisatie bevond zich in het gebouw van Kodak in New York. Bovendien kon gebruik worden gemaakt van verscheidene filialen in Europa. De voorkeur bij het selecteren van het materiaal lag aanvankelijk bij korte educatieve films en documentaires.Brulatour, die onder meer werd geholpen door Lawrence E.Rubel van het CPI, ontving met name een grote hoeveelheid industriële films van bedrijven als General Electric, Edison en vooral Ford (53). De bedoeling was, dat met dit materiaal een indruk werd gegeven van het welvarende democratische leven in Amerika; de films eindigden, bij wijze van climax,met opnamen van Amerikanen aan het front.

Maar voor veel Europeanen bleken de documentairefilms niet onderhoudend genoeg te zijn. George Creel schreef: "What the war-weary foreigner liked and demanded was American comedy and dramatic film. They had to have their Mary Pickford and Douglas Fairbanks and Charlie Chaplin..."(54). Het is echter ten zeerste de vraag of,zoals Creel suggereerde, het CPI alleen fictiefilms gebruikte omdat de buitenlandse vraag dit noodzakelijk maakte. Het gebruik van dramaproducties was waarschijnlijk van het begin af aan in de strategie van de American Cinema Commission opgenomen. In november 1917, ;eén maand na de opzet van de organisatie, berichtte Moving Picture World dat, nadat eenmaal de aanvoer van documentairemateriaal op gang was gekomen, de instantie wilde overgaan tot export van komedies en dramafilms (55).

Het werk van de American Cinema Commission richtte zich in eerste instantie vooral op Rusland. Deze keuze lag voor de hand. Het regime van Kerensky werd niet alleen bedreigd door de politieke agitatie van de Sovjets maar ook door de behoudende militairen als Kornilov. De situatie aan het oostelijk front was bovendien in oktober 1917 zeer ongunstig geworden voor de Geallieerden. De commissaris voor Rusland van het Amerikaanse filmburo was Walter W.Irwin, de zakelijk directeur van VLSE (het distributiebedrijf dat door Vitagraph was overgenomen). De voorbereidingen voor deze belangrijke filmcampagne stuitten reeds binnen enkele weken op tegenstand. Het was de bedoeling dat Irwin in gezelschap van Edgar Sisson, een vicevoorzitter van het CPI, naar Rusland zou vertrekken. Irwin wilde zich echter niet neerleggen bij de voorwaarde dat hij, alvorens geld uit te geven, toestemming nodig had van Sisson. In een brief aan George Creel schreef Irwin dat hij als vakman het best kon oordelen over de wijze waarop de films in Rusland moesten worden uitgebracht. Over het gebruik van de Russische theaters bestond nog veel onduidelijkheid; het was bijvoorbeeld niet uitgesloten dat het publiek geen geloof hechtte aan het officiële karakter van de Amerikaanse films omdat men voor de vertoningen moest betalen. Irwin zou in dat geval genoodzaakt zijn om een groot aantal premièretheaters op te kopen en gratis voorstellingen te regelen. Hij verlangde om deze reden volledige zelfstandigheid. De financiële controle van Sisson, die hij enigszins laatdunkend omschreef als een boekhouder, hinderde al met al een besluitvaardig optreden. Irwin besloot daarom om te bedanken voor zijn aanstelling bij het filmburo (56). De vertraging die alsgevolg van Irwin's weigering ontstond, kwam op een weinig gelegen moment: enkele weken nadat Creel zijn bedankbrief ontving brak de Oktoberrevolutie uit.

De American Cinema Commission heeft waarschijnlijk nooit effectief gewerkt. De buitenlandse dienst van het CPI nam reeds na enkele maanden het werk over. De teleurstellende ervaringen met Irwin kunnen hierbij een aanzienlijke rol gespeeld hebben. De enige commissaris die, óók onder de nieuwe regeling, zijn werk in Europa bleef doen was Frank J. Marion, de directeur van het filmbedrijf Kalem. Marion was werkzaam in Spanje en Italië. Voor de distributie van documrntairefilms werd uiteindelijk een Spaans bedrijf ingeschakeld. Marion's voorkeur ging echter uit naar een uitbreiding van de Amerikaanse filialen. Om de filmbedrijven aan te trekken schreef hij een brief aan de vakpers. Hierin werden de documentaires, die reeds eerder voor de filmcampagne in Europa waren verzameld, typisch genoeg met geen woord genoemd. Marion beseft dat deze films voor de meeste ondernemers uit commercieel oogpunt minder aantrekkelijk waren. Hij benadrukte daarom de waarde van fictiefilms en vooral van het tijdens de oorlogsjaren ontluikende sterrendom: "...and they don't know Douglas Fairbanks. Think of it! What a killing Fairbanks would make here. I hate to think of it!" (57).

De buitenlandse dienst van het CPI probeerde zoveel mogelijk gebruik te maken van connerciële distributiebedrijven. In Zwitserland en Holland, waar de Duitse film een aanzienlijke invloed uitoefende, werd echter een meer directe procedure gevolgd. De vertegenwoordigers van het CPI regelden in deze landen op zelfstandige wijze de distributie van de films. Interessant in dit verband is het bezoek van Llewellyn R. Thomas aan Den Haag. Het merendeel van zijn materiaal bestond (dit was kenmerkend voor de methoden van het CPI) uit fictiefilms. Het totale pakket werd aan de Nederlandse filmvertoners met een aanzienlijke winst verkocht. De Amerikaanse film veroverde als gevolg ven het direct ingrijpen van Thomas een plaats op de Hollandse markt (58). Het meest opzienbarend was het succes in Den Haag van de CPI documentaire AMERICA'S ANSWER. Volgens de New York Times leidden de vertoningen in november 1918 tot pro- Amerikaanse demonstraties en was de politie gedwongen om een voorstelling voortijdig te staken (59).

Naarmate het buitenlandse filmwerk van het CPI zijn voortgang vond, groeide de irritatie in de vakpers over de verwaarloosde toestand in de Verenigde Staten. Over de wijze waarop de officiële films werden geëxploiteerd waren waarschijnlijk veel vaklieden uiterst ontevreden. Moving Picture World bracht deze gevoelens uitgebreid onder woorden in januari 1918. De schrijver van het artikel "Uplifters Boss War Films" kwam tot de conclusie dat de overheid zich met de films bezighield zonder enig advies of zeggenschap van de vaklieden. Dit was gedeeltelijk te wijten aan de methoden van improvisatie die de autoriteiten soms moesten toepassen. Maar, zoals niet geheel onterecht werd opgemerkt, een belangrijke reden was eveneens het verlangen van de overheidsfunctionarissen om de films uit handen van de commercie te houden en over te dragen aan educatieve instanties als het YMCA en het Rode Kruis. Deze houding was soms niet redelijk. De filmproducenten hadden al in augustus 1917 het aanbod gedaan om gratis films te distribueren aan de militaire kampen. De overheid behoefde op deze wijze geen extra kosten te maken. Desondanks stelden de autoriteiten de YMCA aan voor de vertoning van films aan de soldaten. De reeds genoemde problemen omtrent de opzet van de American Cinema Commission deed de ergernis bij de ondernemers alleen maar toenemen. Het CPI stelde zich, volgens de schrijver, eveneens afwijzend op en wilde vaklieden als Irwin geen zelfstandige bevoegdheden verstrekken. Maar de meeste irritatie richtte zich op de wijze waarop de autoriteiten het Rode Kruis lieten aanmodderen met de officiële nieuwsfilms van het Signal Corps. Gedurende de afgelopen maanden klaagden veel ondernemers over de chaotische opslag van negatieven op het distributiekantoor van het Rode Kruis. De organisatie was eenvoudigweg niet berekend op zijn taken. Daarom werd voorgesteld dat de overheid de nieuwsfilms rechtstreeks verkocht aan de commerciële distributeur. Een gedeelte van de opbrengsten kon dan altijd nog, net als bij de oude regeling , voor instanties als het Rode Kruis worden aangewend. Tenslotte drong de schrijver aan op hetgebruik van meer drama in de nieuwsfilms over de oorlog; de vele standaardopnamen in het Signal Corps materiaal waren weinig aantrekkelijk: "Audiences get tired of marching troops and

dreary landscapes. Give them the thrilling fact- story instead" (60).

Het Committe on Public Information volgde, naar het lijkt, vanaf maart 1918 het merendeel van deze adviezen op. De officiële nieuwsfilms vonden vanaf dat moment hun weg via de gangbare methoden: commerciële distributie, publiciteitscampagnes en vertoning in de normale bioscopen. Deze nieuwe werkwijze betekende een radicale omslag die defilmstot een succes zou maken en de vertoning van de Europese oorlog het aanzien gaf van een uitbundige 'show' (zie hoofdstuk 7.5).

De filmafdeling van het CPI legde zich, zoals gezegd, aanvankelijk vooral toe op de selectie en montage van documentaire- materiaal dat buiten het commerciële circuit werd vertoond. Onder toezicht van Louis W. Mack werden films samengesteld met titels als THE 1917 RECRUIT en LABOR'S PART IN DEMOCRACY'S WAR. Veel documentaires waren niet meer dan compilaties van militaire oefeningen. THE SPIRIT OF 1917 werd bijvoorbeeld omschreven als de grootste militaire manouvre in Amerika: een gefingeerde aanval van de matrozen op Fort Sheridan in Illinois. Het CPI beschikte in februari 1918 over twaalf buro's die, verdeeld over de Verenigde Staten, de distributie van deze film regelden. De documentaires werden over het algemeen gebruikt voor ideële doeleinden als het Rode Kruis, recruterings- avonden en lezingen. De twaalf instanties werkten om deze reden voornamelijk samen met de State Counsils of National Defense en uiteenlopende patriottistische genootschappen. Maar, naarmate de filmproduktie van het Signal Corps toenam, werd steeds duidelijker dat deze buro's onvoldoende vermogen hadden om het nieuwe materiaal te verwerken. Dit technische probleem (de gebrekkige distributie) had belangrijke gevolgen: de officiële nieuwsfilms bereikten het grote publiek niet. Louis W. Mack, de directeur van de CPI filmafdeling, overwoog daarom om een verandering aan te brengen in de oude methoden. Moving Picture World berichtte op 2 maart 1918: "The time is at hand.... when other and broader methods of distribution will be considered by Director Mack. The twelve distributing bureaus will be used as the nucleus of a comprehensive system" (61).

De details van deze nieuwe werkwijze zijn niet bekend. Waarschijnlijk was Mack nog niet bereid om de documentaires aan de commerciële distributeur aan te bieden. De reeds opgezette buro's bleven immers de kern vormen van het nieuwe systeem. Het was zijn opvolger Charles S. Hart die als eerste het contact aanging met de grote filmbedrijven. Hart was tot 1917 werkzaam als zakelijk directeur van Hearst's Magazine. Hij stond op het punt om een commissie aan te nemen als kapitein, toen hij George Creel ontmoette die hem ertoe bracht om nieuw leven in de filmafdeling van het CPI te blazen. Hart werd, naar hijzelf later beweerde, aangenomen omdat hij geen gevestigde belangen had in de filmindustrie. Niemand kon hem beschuldigen van favoritisme (62). Zeker is in ieder geval, dat hij zich niet liet afschrikken door de commerciële gebruiken in de Amerikaanse filmwereld. Onder zijn leiding ging het CPI voor het eerst werkelijk zaken doen met de bedrijven.

In maart 1918, kort na de aanstelling van Charles Hart, vergaderden functionarissen van het rode kruis met het CPI in Wasfington D.C. Het besluit werd genomen om de distributierechten van de Signal Corps films over te dragen aan het CPI (63). Charles Hart had ambitieuze plannen. Hij wilde dat zijn organisatie alleen de Amerikaanse maar ook de Geallieerde oorlogsfilms in de Verenigde Staten uitbracht. Het materiaal zou verschijnen in de vorm van een wekelijks bioscoopjournaal getiteld THE OFFICIAL WAR REVIEW. De opzet van deze produktie bracht verscheidenen problemen met zich mee. De Geallieerde films werden op uiteenlopende wijze op de markt gebracht. De Franse films werden aan iedereen verkocht die één dollar per voet (ca. 30 cm.) betaalde. De Britse en Italiaanse produkties daarentegen, werden verkocht aan het bedrijf dat het hoogste bod deed. De koper had, met andere woorden, een monopolie op de film (64). Het CPI was echter niet gebaat bij een exclusieve verkoop van THE OFFICIAL WAR REVIEW aan één bedrijf. De bedoeling was, dat het bioscoopjournaal een zo groot mogelijk publiek bereikte. Men ging daarom in overleg met de vier nieuwsfilmbedrijven (Mutual, Gaumont, Pathé en Universal) een deed het aanbod dat het journaal door alle bedrijven werd aangekocht. Dit voorstel was wellicht uit propagandis-

tisch oogpunt zeer voordelig, maar het kwam nauwelijks tegemoet aan de commerciële wensen. Ieder bedrijf wilde namelijk zoveel mogelijk opnamen die de concurrent niet had.

De ondernemers deden het tegenvoorstel dat voor ieder bedrijf een afzonderlijk pakket werd samengesteld. Alhoewel het CPI deze methode minder effectief achtte, werd tenslotte hiermee ingestemd. Ieder nieuwsfilmbedrijf zou aan de totale kosten ($5,000,-) bijdragen; de rekening werd opgemaakt op basis van de lengte van het materiaal dat uiteindelijk werd gebruikt. Maar wie bepaalde welk pakket gekozen werd? Dat moesten de bedrijven onderling regelen. Het direct gevolg hiervan was, dat de toch al zo breekbare contacten tussen de filmondernemers werden aangetast door een intens wantrouwen. Wie probeerden de beste opnamen in de wacht te slepen? De gevoeldens van argwaan richtten zich bovendien op het CPI. Sommigen beschuldigden de organisatie van eigenmachtig optreden. Variety berichtte: "There was objection to the bureau attempting to be arbitrary, and some picture men looked on the proposition as a governmental committee going into the picture business" (65).

De Amerikaanse filmwereld was in deze periode nauwelijks een eenheid; de bedrijven voerden regelmatig een 'oorlog' met elkaar (66). Zonder het wellicht te beseffen had het CPI de ondernemers tegen elkaar opgezet. De bom barstte al een week later, toen het contract moest worden ondertekend. Niet voor niets verscheen alleen Paul Brunet ten tonele: zijn bedrijf, Pathé, bezat het meest kapitaalkrachtige bioscoopjournaal en kon het hoogste bod plaatsen op het meest aantrekkelijke pakket van THE OFFICIAL WAR REVIEW. De minder invloedrijke collega's verklaarden alleen onder protest het contract te wellen ondertekenen. George Creel reageerde op zijn beurt verontwaardigd. In een open brief aan de vakpers schreef hij onder meer: "It is not the policy of this division to handle matters 'under protest' ..." (67). Het CPI trok zich trok zich vervolgens met de nodige gekwetste onschuld terug op veilige grond en gaf de distributierechten van het bioscoopjournaal, in navolging van de Britse methoden, aan de organisatie met het beste aanbod: Pathé. Als voorwaarde kwam men overeen dat het bedrijf 80% van de opbrengsten aan het CPI zou overdragen. De officiële Amerikaanse nieuwsfilms die niet in het journaal werden opgenomen, bleven echter voor iedereen beschikbaar tegen de vaste betaling van één dollar per voet (68).

De eerste poging van het CPI tot gezamelijk overleg met de filmbedrijven had al met al veel weg van een "comedy of errors". Het CPI wilde geen monopolie op THE OFFICIAL WAR REVIEW maar zag zich, als gevolg van het onzorgvuldig begeleiden van de selectie van de nieuwsfilms, gedwongen om de distributie aan één bedrijf toe te wijzen. De nieuwsfilmbedrijven waren op hun beurt gebrand op exclusieve opnamen van (vooral de Amerikaanse) oorlogsfilms. Als gevolg van het onderling gebrek aan eensgezindheid én het wantrouwen jegens het CPI, bleef een groot gedeelte van de Amerikaanse films beschikbaar op de open markt. Niemand had naar deze nogal 'gemengde' oplossing gestreefd en toch kwam het zover.

De meeste filmbedrijven legden zich voorlopig bij de situatie neer. Maar sommige ondernemers konden het niet nalaten om gebruik te maken van de controverse. In de Amerikaanse filmwereld golden slechts weinig regels, zeker niet indien het de publiciteit voor het eigen produkt betrof. Het conflict rondom het bioscoopjournaal van het CPI werd, naar het lijkt, door Universal gebruikt voor gratis publiciteit. De officiële nieuwsfilms van het Signal Corps bleven, zoals gezegd, in principe voor ieder bedrijf beschikbaar. Het monopolie van Pathé betrof alleen de distributie van THE OFFICIAL WAR REVIEW. Tegenover het Amerikaanse congres verklaarde P.A. Powers, de vice- directeur van Universal, echter dat het monopolie van Pathé de vertoning van officiële nieuwsfilms door zijn eigen bedrijf onmogelijk maakte: "Mr. Treadway - I understand that ... the Pathé Company has a monopoly and that unless theatres buy Pathé reels the patrons of the theatres would not see war pictures taken at the front. Mr. Power- Only pictures which we might be able to secure ourselves, but not official pictures (sic!) " (69). Power's misleidende verklaring had overigens een aanzienlijke invloed op het besluit van het congres om een onderzoek in te stellen

naar eventuele commerciële voordelen die het CPI had bij de distributieovereenkomst met Pathé. De advertenties van Universal waren al even misleidend. Op 6 juli 1918 werden de bioscoopeigenaars gewaarschuwd voor de lastercampagne van de concurrent (Pathé). Dit bedrijf zou de filmvertoners willen wijsmaken dat Universal niet langer officiële Amerikaanse oorlogsfilms uitbracht. Vervolgens werd (ook al had Powers eerder het tegendeel beweerd) het bericht van het CPI over de verkrijgbaarheid van officiële Signal Corps films voor $ 1,- per voet geciteerd. Deze bekendmaking toonde aan, zoals Universal op brutale wijze beweerde, dat men een exclusief (sic!) contract met het CPI had (70).

Het eerste nummer van THE OFFICIAL WAR REVIEW verscheen op 1 juli 1918. Moving Picture World maakte bekend dat Pathé, als onderdeel van de distributie, een grote publiciteitscampagne op gang had gezet (71). De advertenties speelden inderdaad een belangrijke rol bij de exploitatie van het bioscoopjournaal. De publiciteit kreeg, nu dat het commerciële filmbedrijf zich met de CPI produkties bezighield, een opvallend sensationeel karakter. President Wilson probeerde in zijn oorlogspolitiek een onderscheid te maken tussen de autocratische, politieke leiding in Duitsland en de misleide bevolking. Dergelijke nuances ontgingen de publiciteitsschrijvers blijkbaar volledig. Motion Picture News publiceerde de volgende advertentie: "The sort of enemy we are fighting. You may see him as he is in Official War Review no. 10. Upon a German officer captured during the latest drive by the Allies in France, was discovered an order commanding the hun armies to'destroy eveything'. In Official War Review no. 10 is shown how thoroughly this damnable order was followed. Scenes of wanton destruction and murder are shown that would shame a tribe of headhunters" (72).

Charles Hart besloot om, tegelijk met THE OFFICIAL WAR REVIEW, het gewicht van de overheid achter de vertoning van een drietal documentaires te plaatsen. Onder de overkoepelende slogan "Following the Flag to France" verschenen in de Verenigde Staten PERSHINGS CRUSADERS , AMERICA´S ANSWER en UNDER FOUR FLAGS. De films werden uitgebracht onder auspiciën van het CPI. Met andere woorden: de overheid presenteerde op officiële wijze de documentaires. Een dergelijke aanpak had, zoals in hoofdstuk 6 is beschreven, veel voordelen. Voor bioscoopeigenaars betekende een officiële presentatie vaan een garantie van authenticiteit. Het gaf aan de bezoekers bovendien de gelegenheid om een bijdrage te doen aan de goede zaak. De werkwijze van het CPI verliep over het algemeen als volgt: om belangstelling bij het publiek te wekken werden de films eerst en de grote steden vertoond. De organisatie stuurde vertegenwoordigers die advertentiemateriaal plaatsten in de foyers van hotels, winkels, openbaar vervoer en dergelijke. De bedoeling was, dat de stad ruim van tevoren werd overstelpt met indrukwekkende posters en reclameborden. Bovendien werden, om het officiële karakter van de presentatie te benadrukken, uitnodigingen verstuurd naar prominente figuren. De orchestratie van de films en het gebruik van theatrale effecten tijdens de premières versterkten eveneens het officiële karakter van de voorstelling (zie hoofdstuk 7.5). Nadat, tenslotte, voldoende publieke belangstelling was gewekt, werden de ditributierechten overgedragen aan de commerciële bedrijven (73). De CPI films verschenen vanaf dat moment in geheel Amerika.

PERSHINGS CRUSADERS ging in première in Cincinnati op 29 april 1918. Howard Herrick, die onder meer de advertentiecampagne voor Griffith´s film INTOLERANCE (1916) had geregeld, werd door het CPI als publiciteitsagent vooruitgestuurd. Het CPI koos bij de distributie van deze film voor een interessante methode. De documentaire werd door acht reisgezelschappen op een tournee door het land gestuurd. Deze werkwijze kwam voort uit de theaterwereld en had een groot aantal voordelen. De film zelf was slechts een onderdeel van de service die werd geboden. Het gezelschap bestond uit een groot orkest (dat al was ingespeeld op de begeleiding van de film!) en een technische ploeg voor de lichtshow en de opzet van decorstukken. De presentatie werkte aldus vaak snel en efficiënt. Bovendien werd een min of meer exclusief uiterlijk gegeven aan de voorstellingen. George Bowles, die in 1915 op dezelfde wijze BIRTH OF A NATION tot een succes had gemaakt, regelde in 1918 voor het CPI de toernee van PERSHINGS CRUSADERS (74).

De commerciële distributierechten van deze CPI films werden in juli 1918 overhandigd aan First National Exchange. Als voorwaarde werd overeengekomen dat het bedrijf 70% van de opbrengsten teruggaf aan het CPI. Dit was een eis die niet bepaald tegemoet kwam aan de financiële verwachtingen van de bioscoopeigenaars. Moving Picture World zorgde echter voor voor de nodige patriottistische stimulans. Het blad loofde een speciale trofee uit aan het distributiefiliaal van de First National dat de meeste contracten met de bioscopen in de regio afsloot. De redactie zette deze campagne overigens niet alleen op om de regering te helpen. Professionele overwegingen waren van evengroot belang. De film was gedurende de oorlogsjaren uitgegroeid tot een aanzienlijke bron van inkomsten. Moving Picture World wilde om deze reden het vakmanschap van de ondernemers op de proef stellen (75). J.S. Ashby, de vertegenwoordiger van de First National in het zuid- westen, ging direct aan de slag. Onder de slogan "For the Honor and the Glory of Colorado, Utah, New Mexico and Southern Idaho" begon hij een campagne voor 100% distributie. Ashby nam contact op met een drukkersbedrijf en reeds binnen enkele dagen ontvingen de filmvertoners folders over PERSHING'S CRUSADERS. Het publiciteitsmateriaal liet onder meer een lijst zien van collega's die al een contract hadden ondertekend en afbeeldingen van de speciale trofee (76). Regionalisme en vaderlandsliefde versterkten elkaar. Denver won de fel begeerde prijs met het hoogste percentage boekingen, namelijk 49,6%. De belangrijke gebieden rondom Chicago en New York kwamen (vanwege de hoge concentratie van bioscopen?) niet verder dan een zesde en een zevende plaats (zie bijlage 1).

De tweede documentaire van het CPI, AMERICA'S ANSWER, kreeg een groots opgezette première in New York op 29 juli 1918. De presentatie werd verzorgd door S.L. Rothapfel, een bekend theatermanager uit die tijd. George Creel was persoonlijk aanwezig bij de vertoning en sprak tijdens de pauze over de hoogstaande boodschap van zijn organisatie: "... we are carrying the message and meaning of democracy to all peoples, preaching to them the justice of our cause, the certainty of our victory, and the great truth that his victory contains no benefit for us that may not be enjoyed by the whole world" (77). Het officiële karakter van de film was van invloed op de wijze van exploitatie. Variety berichtte dat men de vertoningen vooral wilde laten plaatsvinden in grote publieke zalen die geheel of gedeeltelijk onder stedelijk bestuur stonden. Dit zou aan de presentatie een opvallend uiterlijk geven. Bovendien waren de gebouwen zo ruim dat met relatief lage prijzen (25-50 dollarcent) veel publiek kon worden aangetrokken (78). De filmafdeling van het CPI was aldus in staat om op grote schaal kaartjes te verkopen. Om zeker te zijn van vollopende zalen werden in overleg met het bedrijfsleven voor grote groepen toegangsbewijzen gekocht. De werknemers werden vervolgens door het bedrijf opgeroepen om zich aan te melden voor de filmvertoningen. Dergelijke 'industriële avonden' maakten vaak het leeuwendeel uit van de voorstellingen in de grote steden. In Brooklyn (New York) bijvoorbeeld, speelde AMERICA'S ANSWER gedurende vijf van de zeven dagen voor firma's. Alleen op de matinés en op de zaterdagavond was de voorstelling opengesteld voor het gewone publiek (79).

AMERICA'S ANSWER werd na de presentatie door het CPI in 34 steden overgedragen aan de World Film Corporation voor nationale distributie. De film werd als gevolg van de Spaanse griepepidemie pas in november 1918 uitgebracht. Toch was deze documentaire de meest succesvolle van het drietal (totale opbrengsten: $ 185,144,- (80)). Een belangrijke reden hiervoor was, afgezien van de officiële presentatie, het distributieplan dat het CPI door de World Film als onderdeel van het contract liet ondertekenen. Charles Hart, de directeur van de filmafdeling van het CPI, kampte met het probleem van de hoge concentratie van bioscopen in de grote steden. In de commerciële distributiecontracten werden gewoonlijk clausules ingebouwd waarin de vertoning van een film aan één grote bioscoop kon worden toegewezen. In gebieden met veel nabijgelegen theaters waren meerdere filmvertoners namelijk afhankelijk van één en hetzelfde publiek. De distributeur, die met minimale copiekosten een zo groot mogelijk publiek wilde bereiken, koos in dergelijke gevallen vaak slechts één

"UNDER FOUR FLAGS"

Government Picture Shows Improvement Over Former Ones

"UNDER FOUR FLAGS" is the third film released by the Committee on Public Information. The picture is a vast improvement over the previous releases, both in regards to photography and subject matter. Some of the scenes are really marvelous. One can't help wonder at the courage and disregard for danger of the cameramen. At times it is apparent that the cameras have been set up in the battlefields during the thick of the fight.

The need for stimulating of our will to victory not existing now, due to the ending of the war, they films have been titled and edited with a new, but none the less interesting, object in view, to present a summary of the most notable events as concern ourselves and our Allies since our entry into the war. A few of such episodes are: an attack on American transports by German submarines; the battle of Chateau Thiery; with Field Marshal Haig on the British front; the battle of St. Mithiel; review of American troops by General Pershing and other Allied officers, etc. Worthy of special mention is the fight on the Piave; the scenes taken there are very exciting as they are photographically clear and taken from vantage points.

Not being fiction, this recapitulation of the most prominent points of the war since our entry should prove interesting to the extreme as a matter of past history.—Length, 7 reels.—*P. S. Harrison.*

THE CAST

The American Army
The French Army.
The British Army
The Italian Army.

Photographed by Official war photographers under the direction of staff officers.
Titles by K. C. Beaton.
Distributed by World Film Corporation.

ADVERTISING AIDS

PAPER:—One-sheet, three-sheets, six sheets, twenty four sheet. Window card (reproduced on this page).

LOBBY DISPLAY.—Two 22 x 28 photogelatines (colored); eight 11 x 14 photogelatines (colored); eight 8 x 10 black and white photogelatines.

CUTS.—Electrotyper of three different styles of cuts are furnished at all exchanges handling production.

MATTICES:—Mats of nine different news photos in one, two and three column sizes are furnished. These your newspaper will doubtless be glad to get hold of as they are authentic scenes from the front, endorsed by the Committee on Public Information.

SLIDE, MUSIC CUE, PLAIN HERALD, TWO-COLORED HERALD are among the other accessories obtainable at all World Film exchanges.

AD TALK

The ——— theatre will present the third official war film released by the Committee on Public Information, entitled "Under Four Flags," on ——— of ——— week. The process of filming, editing and assembling "Under Four Flags" was started by the committee previous to the signing of the armistice between the Allies and the Central Nations, but when the news of peace was flashed throughout the world, the picture was altered in some few respects, its titles were rewritten and as a result the picture now stands as a historical narrative of the war since Foch was made commander-in-chief of the Allied forces until the end.

To say that the film is inspiring, considering it from the angle of the wonderful work done by the Allied armies and, more recently, by our own boys, is putting the case in mild terms. To watch the victors of Chateau Thierry and St. Mihiel, our own American troops, to see the dashing Italians in their last great drive across the Piave, to see the activities of the French and the British, the armies of nations that have borne the severest brunt of all when it comes to figuring in loss of men, to see all this and intermingled with it the daily routine of the soldier "over there," an interesting to the civilian, is to obtain one of the few real treats of the day.

The films have been intelligently assembled and titled by none other than Kenneth C. Beaton, whom many of our patrons doubtless read under the abbreviated title of "K. C. B." Mr. Beaton has furnished some excellent captions for the various scenes. On the other hand, the corps of photographers who are responsible for the pictures contained in "Under Four Flags" have secured some remarkable results. Not only do the scenes show that these men risk their lives in obtaining the shots but it is noticeable that the photography is truly superlative when the conditions under which the film was exposed are considered.

CATCH LINES

The sinking of a U-boat—the destruction of a German plane—the Americans at Chateau Thierry and St. Mihiel—Generals Foch, Pershing, Haig, Diaz—the reception of the American soldiers in France—the Italians in their victorious drive on the Piave—American troops brigaded with the British.

The third Official War Film. You remember "Pershing's Crusaders" and "America's Answer," the other two. "Under Four Flags" follows the war from the moment Foch took supreme command of the Allied Armies until the signing of the armistice.

The stars are Generals Foch, Haig, Diaz and Pershing—the support is the united armies of France, the British Empire, Italy and the United States—the best cast ever assembled for a motion picture!

SYNOPSIS

"Under Four Flags" is in seven parts and opens with the conference at Versailles when Foch was placed in supreme command of the Allied armies. The embarkation of American troops for France, scenes on shipboard and the destruction of a submarine are scenes that are included in this portion of the film.

In the second part the arrival of the American troops in France is shown together with the intensive training they underwent in the camps back of the lines and the royal receptions accorded them everywhere by the natives.

The third and fourth episodes comprise battle pictures taken during the Americans' victorious activities at Chateau Thierry. Views of the work done by those troops of ours that were brigaded with the British are also shown. These portions of the picture also show interesting scenes incidental to the fighting, such as the transportation of supplies, etc.

The fifth episode is a vastly interesting one, showing, as it does, the activities of the Italian troops on the Austrian front during their victorious drive which shattered the hopes of Austria.

The sixth and seventh episodes portray the battle of St. Mihiel, another fierce combat in which the American soldiers distinguished themselves before the whole world.

SUGGESTIONS

Don't fail to bring out in your advertisements that this is a review of the war since the time General Foch became Commander-In-Chief of the Allied Armies.

Reproduction of Colored Window Card Provided on "Under Four Flags"

De redaktie van Motion Picture News geeft enkele tips voor de presentatie van de officiële oorlogsdocumentaire UNDER FOUR FLAGS. In sommige slogans werd gebruik gemaakt van de populariteit van de speelfilm: "The stars are Generals Foch, Haig, Diaz and Pershing - .... the best cast ever assembled for a motion picture!".

Motion Picture News, 30 november 1918, pag. 3269

theater uit. Het CPI wilde in het belang van 100% distributie deze clausule doorbreken. In het distributieplan dat door World Film moest worden uitgevoerd werd zoveel mogelijk rekening gehouden met de kleinere bioscopen die to dusverre vaak het slachtoffer waren van de oude regeling. De huursom van een copie betrof niet zoals bij PERSHINGS CRUSADERS een percentage van de opbrengsten, maar bestond uit 33,3% van de gemiddelde dagelijkse omzet van de desbetreffende bioscoop. Deze methode bevoordeelde met name de kleinere filmvertoners. Bovendien was de vertoning van de CPI film vrijgesteld van de speciale oorlogsbelasting (81).

Het CPI deed eveneens een belangrijke bijdrage aan de publiciteitscampagne voor AMERICA'S ANSWER. De verantwoordelijkheid hiervoor lag bij de pas opgerichte Community Section in de filmafdeling van het CPI. Deze sectie, die onder leiding stond van Clara De Lissa Berg, hield zich voornamelijk bezig met de correspondentie aan scholen, kerken, clubs en andere instellingen in plaatsen waar de film werd vertoond. De correspondentie werkte als een kettingbrief. Niet alleen werd aan de geadresseerde gevraagd om zijn of haar invloed aan te wenden zodat de voorstellingen door leden van de desbetreffende de organisatie werden bezocht. Men deed bovendien het verzoek om namen op te geven van vooraanstaande medeburgers die eveneens van belang konden zijn bij de filmcampagne (82).

UNDER FOUR FLAGS, de laatste oorlogsdocumentaire van het CPI, ging pas na de Wapenstilstand in première. De exploitatiemethode verschilde nauwelijks van die van de voorafgaande films. Na een officiële presentatie in negen steden door het CPI werd de produktie opnieuw door World Film uitgebracht. (Dit gebeurden wellicht onder dezelfde voorwaarden als bij AMERICA'S ANSWER). De publiciteit werkte regelmatig in op de locale betrokkenheid bij de oorlog. Zo zag de filmvertoner, die eind december 1918 Variety las, een afbeelding van vier Geallieerde soldaten die in de aanval gingen. Boven de illustratie stond afgedrukt: "New York Goes Over!". De geciteerde bladen waren blijkbaar allen even enthousiast. De Evening Mail schreef bijvoorbeeld: " 'Under Four Flags' went over the top with a charateristic American bang" (83). Niet alleen het CPI en World Film zorgden voor een publiciteitscampagne. De vakbladen hadden eveneens invloed op de presentatie van UNDER FOUR FLAGS. Illustratief in dit verband is de aanpak van Motion Picture News. Het blad leverde aan de bioscoopeigenaar een compleet pakket met klaargemaakte advertentieteksten, synopsis en "catch lines" (zie illustratie). De Europese oorlog in voorverpakte vorm! (84).

De filmafdeling van het CPI sloot in februari 1919 de boekhouding met een aanzienlijke winst. Men was nauwelijks anderhalf jaar geleden begonnen met een budget van $ 10,000,-. Eind 1918 bracht de organisatie ruim $580,000,- op (85). De commerciële exploitatie van de films had al met al voor nieuwe mogelijkheden gezorgd. De publiciteitscampagnes konden met behulp van de distributeur worden uitgebreid. Op deze wijze werd bijvoorbeeld meer aandacht gegeven aan het officiële karakter van de voorstellingen. Bovendien konden, zoals bij AMERICAN'S ANSWER, speciale voorwaarden worden gesteld bij de distributie van de films. Op een redelijk uitgekiende wijze slaagde het CPI erin om de nieuwsfilms over de Europese oorlog te verkopen. Maar de commerciële bedrijven, die al tijdens het overleg omtrent THE OFFICIAL WAR REVIEW gevoelens van wantrouwen hadden laten doorklinken, wilden het CPI tijdens de Wapenstilstand niet de gelegenheid geven om op de lauweren te rusten. Reeds in december 1918 werd door een delegatie van de National Association of Motion Picture Industry op een industrieel congres in Atlantic City een resolutie ingediend waarin erop werd aangedrongen dat het CPI onmiddellijk de filmwerkzaamheden stilzette. De bedrijven hadden de films, zoals terecht werd opgemerkt, op meer effectieve wijze uitgebracht; zonder hulp van de distributeurs had de overheid

de films op eigen kosten moeten exploiteren en was nimmer het grote publiek bereikt. De distributiekosten werden nu door de ondernemers betaald en afgedragen aan het CPI. Deze werkwijze werd in de resolutie opgevat als oneerlijke concurrentie (86).

De relaties tussen het CPI en de filmbedrijven hadden al met al een nogal ironisch verloop. Om nieuwsfilms als THE OFFICIAL WAR REVIEW aan het grote publiek te vertonen was het gebruik van commerciële distributiemethoden onontbeerlijk. Gratis vertoningen waren, zoals Motion Picture News al in juli 1917 suggereerde, van geringe waarde voor de bioscoopeigenaar. Maar toen het CPI na lang aarzelen eenmaal in overleg ging met de ondernemers, stuitte men al snel op een duidelijke bezorgdheid om het financiële eigenbelang. Deze misschien wat overgevoelige reactie was in zekere zin de prijs die het CPI moest betalen voor de succesvolle verkoop van de Europese oorlog op het witte doek.

7.5 DE VERTONINGEN VAN DE OFFICIËLE OORLOGSFILMS

Op 11 april 1914 opende het Stand Theater in New York de deuren voor wat destijds een ongekend groot publiek was. Ongeveer 3500 mensen namen plaats in de stoelen. Deze gebeurtenis betekende in veel opzichten het begin van een nieuw tijdperk voor de Amerikaanse filmwereld. Midden op Broadway, het domein van het reguliere theater en vatieté, stond voor het eerst een bioscoop. Zoals Motion Picture News berichtte: "It was a signal proof of the prestige that motion pictures have won during the last year" (87). De periode van de bedompte, rokerige "Nickelodeons" (de eerste bioscopen) was kort voor het uitbreken van de Europese oorlog voorgoed tot een einde gekomen. Het publiek dat het Strand Theater binnenkwam kon zich nu vergapen aan de kroonluchters, spiegelwanden en andere theatrale ornamenten die het interieur versierden. De Amerikaanse film had een nieuw aanzien gekregen.

Het Strand Theater was één van de eerste première bioscopen die de deuren opende. Andere theaters, zoals de Vitagraph bioscoop, werden beheerd door producenten die van de speciale vertoningen gebruik wilden maken om meer prestige aan hun films te geven. Maar het Strand Theater was een verhaal apart. Samuel L. Rothapfel, de manager van de bioscoop, wilde de onderneming tot een voorbeeld maken voor zijn collega's. Hij introduceerde een speciale stijl van filmvertoning die deed denken aan de voorstellingen in exclusieve theaters en operazalen. Het opvallende interieur van zijn bioscoop paste in deze ambitieuze opzet. Het filmscherm maakte onderdeel uit van het toneel. Rondom het witte doek werden decorstukken geplaatst die men gebruikte tijdens de filmvertoning. Voordat de projectie begon werd gewoonlijk een zangstuk of tableau vivant opgevoerd met begeleiding van een groot orkest. De bedoeling was, dat zo snel mogelijk de stemming bij het publiek werd gestimuleerd. De muzikale begeleiding speelde daarbij een belangrijke rol. Soms zorgde het orkest voor afleiding en speelde, voordat een nieuwe film werd gestart, een korte ouverture. Maar meestal was de muziek direct afgestemd op de filmvertoning en werd de voorstelling naar een dramatisch hoogtepunt gedragen. Want, een film zonder "punch" aan het eind was, volgens Rothapfel, van geringe waarde.

Rothapfel's stijl van filmvertoning gaf aanleiding tot veel positieve reacties. De filmbladen publiceerden regelmatig gedetailleerde verslagen over zijn gebruik van muziek, zang en andere theatrale effecten. De door hem geleide bioscopen in New York (Strand, Rialto en Rivoli) waren voor veel collega's inderdaad een 'model'. Vragen van Theater managers aan de vakpers werden soms simpelweg beantwoord met de opmerking: "Ask Rothapfel, he knows" (88). Voor de producenten was een première in het Strand Theater vaak het begin van een succesvolle film. Rothapfel's werkwijze was echter niet alleen van belang vanwege de invloed op veel collega's. Zijn vertoningen waren eveneens zeer representatief voor de presentatie van veel officiële oorlogsfilms in

1917-1918. De manier waarop hij gebruik maakte van zijn vakmanschap was van grote waarde voor het Committee on Public Information. Het lukte het CPI welliswaar om de nieuwfilms met behulp van commerciële distributiemethoden in de bioscopen te brengen. Maar om aan de beelden het dramatische effect te geven dat door de Signal Corps fotografen niet gefilmd kon worden, kwamen Rothapfel's methoden zeer gelegen.

Reeds in 1917 experimenteerde Rothapfel met patriottistische onderwerpen in zijn nieuwsfilm: het RIALTO ANIMATED MAGAZINE. De technische staf van zijn theater monteerde deze film op zelfstandige wijze met materiaal van de bioscoopjournaals en opnamen uit de archieven van de produktiebedrijven. Een zorgvuldige selectie van de beelden en het plaatsen van toepasselijke 'stemmingen' in de muzikale begeleiding waren, volgens Motion Picture News, de redenen van Rothapfel's succes. Het blad spoorde iedere bioscoopeigenaar aan om zijn werkwijze op te volgen. De keuze van de partituren werd nog teveel overgelaten aan de orkestleider. Toch konden, zo stelde men, opmerkelijke geluidseffecten de nieuwsfilms boven de middelmaat uittillen. Als voorbeeld wordt beschreven hoe de journaalbeelden over oefeningen van Amerikaanse piloten worden begeleid: "These wasn't any music at all with this, only the effect of the whirring motors and the splash as the planes hit the water ... The audience sat spellbound through this part of the picture and then burst into applause..." (89).

Opnamen van militaire oefeningen behoorden tot het standaardrepertoire van de nieuwsfilms. Maar met een toepasselijke begeleiding in de bioscopen konden de beelden een nieuwe indruk maken. Bij andere gelegenheden speelde Rothapfel een soort vraag- en antwoordspel met de kijker. Bijna aan het eind van een van zijn nieuwsfilms projecteerde hij de titel "Sherman was right". De toeschouwers vroegen zich af wat de bedoeling hiervan was. Uiteindelijk gaf het orkest het antwoord en speelde "Marching Through Georgia" (90). (Oplossing van dit raadsel: Ge neraal Sherman ging uit van de gedachte dat oorlog een hel zou zijn, maar dat gaf hem tevens een reden om tijdens de Burgeroorlog plunderend door Georgia te trekken)

Het was, volgens Motion Picture News, soms opvallend hoe sterk de toeschouwers reageerden wanneer tijdens de voorstelling toepasselijke muziek uit de orkestbak weerklonk. Bij wijze van illustratie beschreef de correspondent hoe onder Rothapfel's arrangement de nieuwsfilm naar het hoogtepunt werd gebracht: "First were shown pictures of the new martyrship Tuscania, leaving New York - there was the touch of the Finlandia Ouverture, the solumnly played music that caused everyone to pay a silent tribute. This was turned into the terror scene as pictures of the German U- boat were shown and then come the big 'punch': America's answer, showing a number of warships. American festival was played here and there was wild applause and shouts all over the house, many people standing up and crying out" (91).

Dergelijke effecten waren wellicht voor veel kijkers indrukwekkend, maar het spreekt vanzelf dat de beelden weinig met nieuws te maken hadden. Deze kwestie werd echter niet door de vakbladen besproken. Het belangrijkste was dat het arrangement van het RIALTO ANIMATED MAGAZINE nieuwe mogelijkheden bood voor de filmvertoner. Het gebruik van speciale titels en muziek kan de nieuwsfilm die vaak in de schaduw van de drama produkties stond, opnieuw aantrekkelijk worden gemaakt. Rothapfel's succes had vooral te maken met de verwachtingen van het publiek dat zijn films spanning en amusement zouden bevatten. De technische middelen die daarbij gebruikt werden waren afkomstig uit de wereld van het reguliere theater. Opvallend is dan ook dat tijdens de voorstellingen in het Strand Theater de vertoning van nieuwsfilms soms direct overliep in een drama versie die op het toneel werd gespeeld. In juni 1918 liet Rothapfel bijvoorbeeld in zijn nieuwsfilm beelden zien van de Amerikaanse mariniers met als laatste titel: "We Are Coming, Uncle Sam, 75,000 Strong." Het plafond in de koepelzaal in de bioscoop werd vervolgens belicht met de nationale kleuren en het orkest speelde als aankondiging de eerste noten van "Over there ". Het doek ging opnieuw op en in een kort duet op het toneel werd duidelijk gemaakt dat de Amerikanen reeds als overwinnaars door de straten van Parijs marcheerden (92).

Het bioscoopjournaal, THE OFFICIAL WAR REVIEW, werd door Rothapfel eveneens op een wijze gebruikt die meer aan fictie dan aan realiteit deed denken. Deze gebrekkige informatie betrof overigens ook de inhoud van het journaal zelf. Onderwerpen met als thema "Het internationale overwicht van de Geallieerde landen" stonden op de voorgrond. De volgende beschrijving van het journaal no. 18 geeft hiervan een indruk: "When Sir John French took command of the British forces in 1914 the Germans called it 'England´s contemptible little enemy. The enemy later saw the tables turned. Polish regiments are raised in France to fight the enemy. German prisoners from Lorraine are given French uniforms and sent back to fight there erstwhile comrades" (93).

De Amerikaanse bijdrage aan de oorlog wordt op al even optimistische wijze in beeld gebracht. De inspanningen aan het thuisfront waren geen onverdeeld succes. In de winter van 1917-1918 raakten veel havens overbelast als gevolg van een slechte coördinatie van de aanvoer van oorlogsmaterieel. Eén van de meest veelbelovende projecten, de opzet van een grote luchtmacht, draaide uit op een teleurstelling. De Amerikaanse piloten konden alleen gebruik maken van Franse vliegtuigen. Van deze gebreken werd door het journaal geen melding gemaakt. Integendeel: het publiek zag onder meer grote locomotieven die in Frankrijk werden gebouwd. Als belangrijkste prestatie werd gemeld dat Amerikanen binnen één dag een grote opslagplaats met koelcellen hadden gebouwd ter waarde van twee miljoen dollar (Official War Review no. 9) (94).

Rothapfel onderhield nauwe contacten met het CPI, de overheids-instantie die nieuwsfilms als THE OFFICIAL WAR REVIEW uitbracht. De theatermanager was vanaf juli 1918 verantwoordelijk voor het arrangement van alle officiële films van de regering in de staat New York (95). In een drietal artikels voor Motion Picture News legde hij uit hoe de films werden gepresenteerd. Continuïteit en een dramatisch einde waren, volgens hem, de belangrijkste richtlijnen bij het werk. Het eerste thema in de film, bijvoorbeeld de training van Amerikaanse soldaten, moest direct de aandacht van het publiek kunnen trekken. Wanneer dit onderwerp werd verlengd met beelden van de aankomst van de militairen in Frankrijk, kon men ongeveer tien minuten lang de belangstelling van de kijker vasthouden. Vervolgens moest een nieuwe reeks beelden worden uitgekozen. De nieuwsfilm diende tenslotte te eindigen met een groot hoogtepunt.

Eén van de nummers van THE OFFICIAL WAR REVIEW werd door hem op vergelijkbare wijze met behulp van speelfilm fragmenten gedramatiseerd. Aan het einde van het journaal werd de Franse verdediging van Rheims getoond. De titel vermeldde: "In Spite of Kultur the Cathedral Still Stands". Over het beeld van de brandende stad projecteerde Rothapfel een scène uit Cecil B. Demille´s film JOAN THE WOMAN (1917). In dit fragment trok Jeanne d´Arc met haar landgenoten ten strijde tegen de vijand. De brandende stad Rheims verdween vervolgens uit beeld, maar de maagd van Orléans bleef als teken van de levende Franse geest zichtbaar voor de toeschouwer. Tegelijkertijd begonnen de trompetten in het orkest de Marseillaise te blazen. Het publiek sprong, volgens Rothapfel, vol enthousiasme uit de stoelen (96). Opvallend is overigens, dat Rothapfel bij het toepassen van dit visuele effect geen onderscheid leek te maken tussen documenataire of drama. In maart 1917 had hij dezelfde methode gebruikt bij de vertoning van de Franse speelfilm MOTHERS OF FRANCE (97). De directe boodschap die op deze wijze aan een oorlogsfilm werd gegeven beviel hem beter dan het gebruik van een explicateur. Ten tijde van de Amerikaanse interventie had hij een oorlogscorrespondent gehuurd die commentaar gaf op de beelden. Waarschijnlijk gaf hij meer relevante informatie aan het publiek dan een afbeelding van Jeanne d´Arc. Toch bleek het engagement bij gebrek aan publieke belangstelling een grote teleurstelling. Rothapfel verbood vanaf dat moment nadrukkelijk het gebruik van een explicateur in zijn bioscopen (98). Dit besluit komt, al met al, overeen met zijn werkwijze die veel meer gericht was op het toepassen van theatrale effecten.

De eerste officiële oorlogsdocumentaire van het CPI werd op een manier gepresenteerd die veel overeenkomsten vertoond met de methoden van Rothpafel: een opvallend begin en einde,expressieve titels en dergelijke. PERSHINGS CRUSADERS opende tijdens de première in New York op explosieve wijze. Het publiek zag op het scherm een maquette van klei die Europa voorstelde. Uit het Duitse gebied rees plotseling een vulkaan omhoog: de krater opende zich en een ijzeren vuist sloeg neer op Frankrijk. De titel vermeldde: " The mailed fist of the 'Rule by might' lies heavily upon Europe. To it no contract is binding, no obligation is wothy of fulfillment, no word of honor sacred " (99).

Na dit speciale effect in de openingsscène werd een overzicht gegeven van de Duitse 'wandaden': de wijze waarop, zoals men stelde, België als weerloze prooi werd beslopen, de ondergang van de Lusitania en het sabotagewerk in Amerikaanse fabrieken. Archiefbeelden van bijvoorbeeld het bezoek van een Duitse handelsonderzeeboot in 1916 werden met nieuwe titels schijnbaar moeiteloos in het verhaal gepast: "German arrogance casts its shadow over America when the Deutschland rises like a serpent in our harbour" (100). De vergelijkingen van de vijand met onsympathieke beesten waren daarmee nog niet uitgeput. Elders werd de taak van de Amerikaanse luchtmacht omschreven als het neerslaan van de 'Duitse gieren'. De nadruk in de documentaire lag op thema's als de succesvolle opbouw van het thuisfront en de solidariteit met de soldaten overzee ("Watch them march! Verve! Zest!! Snap!!! They're our boys and we're proud of them (101)). De film werd aangekondigd als een verslag van een universele kruistocht voor demokratie en beschaving. Maar, toen de Amerikaanse soldaten in Frankrijk werden getoond, werd de teneur opvallend chauvinistisch. De film richtte zich vervolgens uitsluitend op de inspanningen van de Amerikanen. God was, volgens de titelschrijver, met hen. De film sneed bovendien het thema aan van de 'melting pot' in de Verenigde Staten: ondanks de vele etnische groeperingen in het leger was het een Amerikaanse eenheid. De pakkende titels, die de beelden tot een oplopend verhaal maakten, zijn het meest expliciet aan het slot van de documentaire,toen de eerste Duitse krijgsgevangenen werden getoond: "Zowie! Here's the first German prisoners captured by our boys. Twenty one men and two disgusted officers" (102). PERSHINGS CRUDADERS eindigde tenslotte met een nogal grimmig antwoord op de 'Duitse ijzeren vuist': op het kleimodel van Europa werd de Amerikaanse vlag geplant.

Samuel Rothapfel was persoonlijk verantwoordelijk voor de presentatie van de tweede CPI produktie AMERICA'S ANSWER tijdens de première in New York. In het arrangement maakte hij gebruik van methoden die hij al in 1917 in zijn eigen filmjournaal toepaste: een opvallende muzikale begeleiding, belichting, decor en gezang. De voorstelling begon met een spectaculaire openingsscène op het toneel. Het doek schoof opzij en onthulde ongeveer honderd matrozen die het volkslied zongen. Onder begeleiding van een drumband liep de groep tenslotte het toneel af. Het decor werd vervolgens zichtbaar en liet de Amerikaanse adelaar en het officiële embleem van het CPI zien. Een tweede doek ging onder een nieuwe kleurenbelichting open; het publiek zag een tableau vivant van Amerikaanse soldaten die in een aanvallende houding poseerden met boven hen het vrijheidsbeeld. Aan de rechterzijde werden de door de Duisters vernietigde steden getoond. Aan de tegnovergestelde zijde stond een decor met afbeeldingen van Amerikaanse fabrieken die op volle kracht draaiden.. Het orkest zette tenslotte in op "Over There" en tegelijkertijd werd met speciale lichteffecten een beschieting vanuit de lucht en de bevrijdende tussenkomst van de "Spirit of Liberty" gesuggereerd. De presentatie van deze inleiding zorgde in al zijn overdadigheid voor een aanhoudend gejuich van de toeschouwers (103).

Met AMERICA'S ANSWER, aangekondigd als zijnde gefilmd vlak voor de poorten van de hel, verschoof de nadruk in de officiële oorlogsdocumentaires van het CPI naar de militaire architecten in Europa. Opmerkelijk zijn de beelden van het troepentransport overzee en de ontschepingen in de Franse haven. Na de eerste opnamen (close up beelden van president Wilson en Generaal Pershing) werd een dynamische indruk gegeven van het 'Amerikaanse antwoord' aan Duitsland. De

voorop de boeg van een schip geplaatste camera toonde een torpodebootjager die snel voorlangs voer. In de daaropvolgende opnamen trok de camera langs de volgepakte troepenschepen. Het gebruik van bewegende camera's werd eveneens in veel havenscénes toegepast. Sommige'gebeurtenissen' lijken in scéne te zijn gezet: toen de camera, die bovenop een treinwagon was geplaatst, achterwaarts begon te rijden, liet het beeld een groep wachtende soldaten zien die allen tegelijk (op instructie van de fotograaf?) evenwijdig aan het spoor begonnen mee te lopen. Het gebruik van meerijdende of - varende camera's gaf echter opvallend veel vaart aan het begin van deze film (104).

De chauvinistische bravoure in de titels van PERSHINGS CRUSADERS is in de tweede CPI documentaire minder sterk aanwezig. De nadruk ligt nu veel meer op de 'waardigheid' van de Amerikaanse bijdrage aan de oorlog. Toen in de film de soldaten naar de militaire kampen in Frankrijk werden gedirigeerd, vermeldde de film bijvoorbeeld: " 'Old Glory' knows no alien soil when there is work to be done in Freedom's name" (105). De banden met het thuisfront werden opnieuw strak aangetrokken. De arbeiders in de film waren, volgens de titelschrijver Kenneth C. Beaton, bereid om tegen een lager salaris het leven van een soldaat te leiden. De enige vermelding in de documentaire van de bijdrage van zwarte soldaten bestond uit een scène waarin zij dansten. Deze beelden waren, volgens Motion Picture News, in de film opgenomen vanwege het komische karakter. Even zo komisch blijkbaar, was de opname waarin een Amerikaanse soldaat een burger van Chinese afkomst drilde. De titel vermeldde: "The occident ships a little drill dope to the Orient" (106).

Met behulp van grappig bedoelde teksten werd een optimistische toonzetting in de film gebracht. Een stoeipartij tussen soldaten in een militair hospitaal werd op deze wijze aangekondigd: "When there is nobody else to fight with they just natually fight among themselves" (107). Opmerkelijk is, tenslotte, dat deze aanpak ook werd gehanteerd bij sommige gevechtsopnamen. In de Britse filmversie werd getoond hoe de Duitsers een kerk, die voor observatiedoeleinden werd gebruikt, vernietigden. De beeldkwaliteit in deze scènes is nogal slecht: de camera trilt soms hevig en de inslag van de granaten is alleen in de verte zichtbaar. Maar met een speciale titel in rijmvorm, waarin het 'onorthodoxe' kerkbezoek van de Duisters werd bespot, maakten de beelden toch een aantrekkelijk indruk (108).

De meeste opnamen in de documentaire hadden een standaard karakter: trainingen in de kampen, inspecties, de verzorging van gewonden en de vrijetijdsbesteding van de soldaten. Begeleidende titels als "They (de soldaten) call it 'Liberty soup' because the cook takes liberties with it" (109) waren voor het publiek wellicht een bron van vermaak, maar verhinderden wél dat enige informatie werd afgegeven. AMERICA'S ANSWER vertelde dan ook weinig of niets over de achtergrond van de Europese oorlog. De film was in veel opzichten niet meer dan een verzameling van scénes over het dagelijks soldatenleven in Frankrijk.

De gevechtsopnamen van het eerste, zelfsatndige Amerikaanse offensief bij Chatteau- Thierry werden, vanwege het dramatische effect, aan het einde van de film geplaatst. De beelden in de copie in het Imperial War Museum lieten zeer weinig zien van werkelijke acties. In één zeer lange instelling bijvoorbeeld, werd van veraf de inslag van granaten op een woud getoond: grote rookwolken stegen langzaam op. Het had evenzogoed een bosbrand geweest kunnen zijn (110). De titelschrijver bracht de slotscène echter naar een hoogtepunt toe: "The Battle of Cantigny - American soldiers supported by French tanks start on their way ... (beelden) ... And the big guns 'carry on' to make the going easier ... (beelden) ... Forward! While the barrage creams overhead" (111). Tijdens de première in New York begeleidde het orkest van Rothapfel deze scène metspeciale geluiseffecten van beschietingen. De film eindigde vervolgens met wat eveneens een 'theatraal effect' genoemd kan worden. Honderden matrozen vormden als tableau vivant de woorden AMERICA 'S ANSWER. Op het moment dat het orkest de begeleidende melodie "America" inzette, had het arrangement zijn hoogtepunt bereikt en stonden de toeschouwers juichend op uit hun stoelen (112).

7.6 BESLUIT

In de projectruimte van het Imperial War Museum draaiden de filmspoelen van AMERICA 'S ANSWER in alle stilte. Onder Samuel Rothapfel's arrangement in 1918 werd een geheel ander 'beeld' gegeven van de Europese oorlog. Met een indrukwekkend voorprogramma op het toneel hoopte men, reeds voordat de projector werd gestart, het publiek te overrompelen. De dramatiserende begeleiding met muziek, belichting en opvallende titels zorgden ervoor dat de films niet alleen als propaganda gebruikt konden worden. De documentaires voldeden in deze presentatievorm ook aan de behoefte bij het publiek aan amusement. De officiële nieuwsfilm van het CPI maakten, met andere woorden, deel uit van een patriottistische 'show'.

Het CPI ging pas vanaf maart 1918 het contact aan met de filmbedrijven. Voor deze tijd werden de films buiten het commerciële bioscoopcircuit gehouden. De distributierechten van de Signal Corps films waren in handen van het Rode Kruis. Verscheidene patriottistische organisaties en de State Councils of National Defense regelden de vertoningen. Nadat eenmaal was besloten om de produkties via de meest effectieve kanalen uit te brengen, werden de films een succes bij het grote publiek. De grootscheepse publiciteitscampagnes, de officiële premières in de grote steden en de theatrale begeleiding van de films door managers als Rothapfel waren hiervoor in belangrijke mate verantwoordelijk. Met geschikte exploitatiemethoden werden de vaak weinig indrukwekkende beelden uit Europa opnieuw aantrekkelijk gemaakt voor het publiek. Daartegenover stond echter, dat de CPI produkties, mede gezien de nogal theatrale presentatiestijl, slechts een geringe actuele nieuwswaarde hadden.

VIII CONCLUSIE

De Amerikaanse documentaires over de Eerste Wereldoorlog werden op een manier gepresenteerd die vaak meer aan fictie dan aan realiteit deed denken. Een belangrijke reden hiervoor lag bij de plaats van het nieuwsfilmbedrijf in de amusementswereld. De bioscoopjournaals maakten sinds 1911 deel uit van bedrijven die zich steeds meer gingen toeleggen op de produktie van fictiefilms. Reeds vóor 1914 hadden de redakteurs hun eigen nieuwsopvattingen geformuleerd waarbij veelvuldig werd aangeleund tegen aantrekkelijke en amusante onderwerpen. De felle concurrentie tussen de bedrijven versterktte deze tendens; Pathé en Vitagraph gebruikten regelmatig stunts om het journaal de nodige "pep" te geven en de concurrent een stap voor te zijn. Bovendien bleek dat de nieuwsfilms uit publiciteitsoogpunt van nut konden zijn. De vakpers gebruikte de films om aan de bioscoop een meer respectabel aanzien te geven. Produktiebedrijven als de Sales Company, tenslotte, zorgden ervoor dat met bepaalde filmprimeurs naam werd gegeven aan de eigen onderneming en indruk werd gemaakt bij de bioscoopeigenaars.

Het uitbreken van de Europese oorlog in 1914 was voor veel nieuwsfilmbedrijven eveneens een gebeurtenis die vooral een belangrijke advertentiewaarde had. Er was, zeker in de eerste oorlogsmaanden, een grote vraag naar actuele opnamen uit Europa. Om aan deze behoefte te voldoen werd veel archiefmateriaal (waaronder speelfilms) op een soms uiterst misleidende wijze opnieuw op de markt gebracht. Sommige bedrijven maakten zich zelfs schuldig aan het regelrecht in scène zetten van gebeurtenissen. De censuur, die van een vrijwillig karakter was en geen politieke grondslag had, kon hiertegen weinig uitrichten. De prestaties van de fotografen van de bioscoopjournaals waren over het algemeen niet veel beter: de actuele nieuwswaarde was vaak uiterst gering. Bedrijven als Universal en Pathé waren in 1914 onvoldoende georganiseerd om snel en alert te reageren. Van meer belang echter, waren de omstandigheden aan het front: de angst voor spionage, het wantrouwen van veel officieren ten opzichte van camera's en de geringe mobiliteit van de fotografen met hun zware apparaten. Het gevolg hiervan was, dat veel standaardopnamen (inspecties, parades e.d.) achter de frontlijn werden gefilmd. Vanwege het gearrangeerde karakter van dergelijke beelden was de actuele nieuwswaarde ervan beperkt. Een speciale presentatie van het nieuws kwam bij deze films zeer van pas. De beelden werden bijvoorbeeld voorzien van pakkende titels en men maakte gebruik van een sensationele publiciteitscampagne. De Chicago Tribune was, zeker wat dit laatste betreft, één van de meest succesvolle bedrijven. Niet alleen beschikte de Tribune over een bekende fotograaf die door veel kijkers werd gezien als een 'camera held' . Het bedrijf wist bovendien naam te maken door met de militaire autoriteiten een tweetal contracten af te sluiten. ON BELGIAN BATTLEFIELDS en THE GERMAN SIDE OF THE WAR hadden alsgevolg hiervan op de eerste plaats een officiëel karakter.

Vanaf 1915 brachten de Europese landen hun eigen oorlogsfilms op de Amerikaanse markt uit. Opnieuw werd uit publiciteitsoogpunt gebruikgemaakt van het officiële karakter van de documentaires. De Centrale mogendheden waren, mede onder invloed van de Oostenrijkse filmpropaganda,

als eerste in het veld. De belangrijkste afnemer van dit materiaal, de American Correspondent Film Company, moest echter al na een jaar het veld ruimen vanwege de gebrekkige aanvoer uit Europa en de problemen met de distributeurs. De Geallieerde landen ondervonden geen hinder van deze obstakels en kregen met hulp van de Amerikaanse filmbedrijven en privéorganisaties vanaf 1916 het overwicht. De officiële Europese oorlogsfilms waren al met al van belang omdat voor menig bioscoopeigenaar hiermee werd tegemoet gekomen aan de vraag naar betrouwbare, authentieke opnamen. Bovendien werden de donaties aan de Europese oorlogsfondsen, die vaak onderdeel uitmaakten van de contracten met de exploitanten in de Verenigde Staten, aangewend om sympathie te kweken bij het Amerikaanse bioscooppubliek.

De officiële nieuwsfilms die in 1918 door het Committee on Public Information werden uitgebracht, waren over het algemeen geen uitzondering op de bovenstaande wijze van exploitatie. De censuur en propagandistische overwegingen verhinderden waarschijnlijk veelal dat actueel nieuws werd vertoond. De omstandigheden aan het front zorgden er bovendien voor dat, ondanks de privileges van de fotografen in het US Signal Corps, weinig indrukwekkende gevechtsopnamen in beeld werden gebracht. Deze gebreken werden echter vanaf maart 1918 in zekere zin toegedekt toen het CPI, gebruikmakend van de commerciële distributie, overging tot een reeks grootscheepse publiciteitscampagnes waarin het officiële karakter van films als PERSHINGS CRUSADERS werd benadrukt. Eenmaal in dit commerciële circuit kregen de documentaires vaak een toegevoegde amusementswaarde waarbij, zoals vooral blijkt uit de officiële premières onder het arrangement van S.L. Rothapfel, de grenzen tussen feit en fictie veelal zeer onduidelijk waren. De Europese oorlog in beeld werd gemaakt tot wat door Britse soldaten vaak een militair offensief werd genoemd: een "show".

IX GERAADPLEEGDE LITERATUUR

I. NIET GEPUBLICEERD MATERIAAL

1.1 National Archives, Washington DC
Special Archives Division

- Filmscript, 'WAR AS IT REALLY IS' (1916).
- Subject Summary, 'OFFICIAL WAR REVIEW' nos. 9, 18,19, 27, 28, 31 (1918 -1919).
- Title Sheet, 'AMERICA'S ANSWER' (1918).
- Title Sheet, 'PERSHING'S CRUSADERS' (1918).

1.2. Imperial War Museum, Londen
Film Department

- Shot Sheet, 'BRITAIN PREPARED' (1915).
- Title Sheet, 'AMERICA'S ANSWER TO THE HUN' (1918).

II. PERIODIEKEN

2.1. Amusements- en filmvakbladen

- The Bioscope
- Billboard
- Motion Picture News
- Moving Picture World
- Variety

2.2. Fanbladen

- Motion Picture Classic
- Motion Picture Magazine
- Photoplay Magazine
- Picture-Play Magazine

2.3. Varia

- De Filmwereld
- Literary Digest
- New York Times
- Photographische Korrespondenz

- Photographische Rundschau
- Scientific American

III. OFFICIELE PUBLICATIES

- United States Congressional Records:

* Hearings on Film Activities of the Committee on Public Information, juni - juli 1918.
* Investigation into Brewing and Liquor Interests and German Propaganda, december 1918 - januari 1919.

IV. LITERATUUR

- Allen, Robert C., 'Vaudeville and Film, 1895 -1915. A Study in Media Interaction' (New York 1980).
- Balio, Tino ed., ' The American Film Industry' (University Wisconsin 1976).
- Barkhausen, Hans, 'Filmpropaganda für Deutschland im Ersten und Zweiten Weltkrieg' (Hildesheim 1982).
- Barnouw, Erik, 'Documentary: A History of the Non-Fiction Film' (New York 1974).
- Boorstin, Daniel J., 'The Image, Or What Happened To The American Dream' (Harmondsworth 1963).
- Bottomore, Stephen, "Frederick Villiers - War Correspondent" in: Sight and Sound 49 (lente 1981), pg. 250-255.
- Bottomore, Stephen, "Joseph Rosenthal: The Most Glorious Profession" in: Sight and Sound 52 (herfst 1983), pg. 260-265.
- Brownlow, Kevin, 'The War, the West and the Wilderness' (New York 1979).
- Collins, Francis A., 'The Cameraman. His Adventures in Many Fields' (New York 1916).
- Creel, George, 'How We Advertised America' (New York/ Londen 1920).
- Croy, Homer, 'How Motion Pictures Are Made' (New York 1918).
- Dench, Ernest A., 'Making the Movies' (New York 1915).
- Demeter, Karl, "Die Filmpropaganda der Entente im Weltkriege" in: Archiv für Politik und Geschichte 4 (1925), pg. 214-231.
- Fell, John L. ed., 'Film Before Griffith' (Berkeley 1983).
- Fielding, Raymond, 'The American Newsreel, 1911-1967' (University Oklahoma 1972).
- Fox, Edward Lyell, 'Behind the Scenes in Warring Germany' (New York 1915).
- Gordon, Kenneth, "The Early Days of News-Reels" in: British Kinematography (augustus 1950), pg. 47-50.
- Gubern, Román, "La Guerra Hispnano-Yanqui Y Los Origines del Cine Politico" in: Historia Y Vida 25 (1970), pg. 36-38.

- Hugon, Paul D., 'Hints To Newsfilm Cameramen' (Pathé News/ Jersey City 1915).
- Jacobs, Lewis, 'The Rise of the American Fim' (New York 1968).
- Kindem, G.ed., 'The American Movie Industry' (University Illinois 1982).
- Knightley, Phillip, 'The First Casualty. The War Correspondent as Hero, Propagandist and Myth Maker' (New York 1975).
- Lescarboura, Austin C., 'Behind the Motion-Picture Screen' (New York/ Londen 1919).
- Leuchtenburg, William E., 'The Perils of Prosperity' (Chicago 1958).
- Liberman, Frank P., "A History of Army Photography" in: Business Screen Magazine (30 december 1945), pg. 15-17, 94-95.
- Library of Congress ed., 'Motion Pictures, 1912-1939' (Washington DC 1951).
- Liddell Hart, B.H., 'History of the First World War' (Londen 1972).
- McCormick, Robert R., 'With the Russian Army.Being the Experiences of A National Guardsman' (New York 1915).
- Millis, Walter, 'Road to War: America 1914-1917' (Boston 1935)
- Mock, James R. en Larson, Cedric, 'Words that Won the War: the Story of the Committee on Public Information' (Princeton University 1939).
- Patterson, Joseph M., 'The Notebook of A Neutral' (New York 1916).
- Peterson, Horace, 'Propaganda for War: the Campaign Against American Neutrality, 1914-1917' (University Oklahoma 1939).
- Powell, Edward A., 'La Guerre en Flandre' (Parijs 1915).
- Ramsaye, Terry, 'A Million and One Nights' (Londen 1964).
- Reeves, Nicholas, "Filmpropaganda and its Audience: the Example of Britain's Official Films During the First World War" in: Journal of Contemporary History 18 (1983), pg. 463-494.
- Sanderson, Richard A., 'A Historical Study of the Development of American Motion Picture Content and Techniques Prior to 1904' (New York 1977).
- Soderbergh, Peter A., "Aux Armes! The Rise of the Hollywood War Film, 1916-1930" in: South Atlantic Quarterly (herfst 1966), pg. 508-522.
- Spears, Jack, 'Hollywood: the Golden Era' (New York 1971).
- Sugrue, Thomas, "The Newsreels" in: Scribners Magazine (april 1937), pg.9-18.
- Terrett, Dulany, 'The Signal Corps: the Emergency' (Washington DC 1956).
- Terveen, Fritz, "Die Anfänge der Deutschen Film-kriegsberichterstattung in den Jahren 1914-1916" in: Wehrwissenschaftliche Rundschau (juni 1956), pg. 318-329.
- Theisen, Earl, "Story of the Newsreel" in: International Photographer (september 1933), pg. 3-4, 24-25.
- Theisen,Earl, "The Photographer in the World War" in: International Photographer (november 1933), pg. 4-6, 24.

- Thompson, Donald C., 'Donald Thompson in Russia' (New York 1918).
- Thompson, Kristin, 'Exporting Entertainment. America in the World Film Market' (Londen 1985).
- Variety Film Reviews, deel 1: 1907-1920 (New York/ Londen 1983).
- Wagner, Rob, 'Film Folk, Close Ups of the Men, Women and Children that make the Movies' (New York 1918).
- Weigle, Edwin F., 'My Experiences on the Belgian Battlefields in the Great European War' (Chicago 1914).
- Weigle, Edwin F., 'On Four Battlefronts with the German Army' ([Chicago?] 1915).
- Wendt, Lloyd, 'Chicago Tribune. The Rise of A Great American Newspaper' (Chicago 1979).

X. NOTEN

HOOFDSTUK II

1/ Thompson, Kristin, 'Exporting Entertainment. America in The World Film Market' (Londen 1985).
2/ Sanderson, Richard Arlo, pg. 119.
3/ Fielding, Raymond, pg. 65.
4/ "Facts and Comments" in: Moving Picture World (15 mei 1908), pg. 372.
5/ "The Topical Picture" in: Moving Picture World (16 juli 1910), pg. 132.
6/ Zie o.a. Motion Picture News, 2 september 1911, pg. 7.
7/ Allen, Robert, pg. 274 e.v.
8/ Balio ed., pg. 67.
10/ M.E. Neff, "Moving Picture Possibilities and Realities" in: Motion Picture News (28 oktober 1911), pg. 8.
11/ M.I. McDonald, "The Trend of the Times" in: Motion Picture News (19 augustus 1911), pg. 7.
12/ "Will Moving Pictures Prevent War?" in: Motion Picture News , (4 november 1911), pg. 6-7.
13/ M.I. McDonald, "The Educational versus the Uneducational Picture" in Motion Picture News , (4 februari 1911), pg. 8-9.
14/ A.L. Barrett, "Moving Pictures and their Audiences" in: Motion Picture News , (16 september 1911), pg. 8-9. Vergelijk: Idem, 9 september 1911, pg. 8.
15/ "The Weekly News Reel" in: Moving Picture World, (21 juli 1917), pg. 419.
16/ Kindem ed., pg. 25-48.
17/ Recensie in: Moving Picture World, (12 augustus 1911), pg. 359-360
18/ Idem, pg. 359.
19/ "The Weekly News Reel" in: Moving Picture World, (21 juli 1917), pg. 419.
20/ Recensie in: Moving Picture World, (5 augustus 1911), pg. 283.
21/ "When The Newsreels Were Younger" in: New York Times, 29 oktober 1939, sectie IX, pg. 4. Law deed overigens, ondanks de slechte afloop van zijn val, later nog meer stunts voor Pathé. Bij één van deze gelegenheden liet hij zich uit een kanon schieten (Sugrue, pg. 13).
22/ "Poor Motion Picture Patents Company!" in: Motion Picture News, (10 juni 1911), pg. 5. "May we point out once again, that the Motion Picture News was the only paper in the Industry which protested against its tactics? What did the Moving Picture World say? Turn up its files and read how it plunged head first into the arms of the M.P.P. Co. ....." (Ibidem).
23/ Kindem ed., pg. 361.
24/ Ramsaye, pg. 523-524.
25/ "Good News for Exhibitors- Gaumont Animated Weekly" in: Motion Picture News, (9 maart 1912), pg. 9.
26/ "Insure Yourself by Moving Pictures- Is the Newest Stunt" in: Motion Picture News, (4 mei 1912), pg. 18.
27/ Wagner, Rob, pg. 139.

28/ "Chas. K. Hall, Camera Man, Scores For Animated Weekly" in: Motion Picture News, (20 april 1912), pg. 28.
29/ "Fake Pictures" in: Motion Picture News, (11 mei 1912), pg. 6. Dergelijke films werden ook in New York vertoond.
30/ "Titanic Wreck Pictures Amaze Broadway Throngs" in: Motion Picture News, (27 april 1912), pg. 24.
31/ Barnouw, Erik, pg. 26.
32/ Fielding, Raymond, pg. 48.
33/ Hugon, Paul D., pg. 3.
34/ Recensie in: Moving Picture World, (15 augustus 1914), pg. 1008.
35/ Recensie van de Hearst-Vitagraph News Pictorial no. 15 in: Motion Picture News, (11 maart 1916), pg. 1477.
36/ Recensie Pathé News no. 14 in: Motion Picture News, (4 maart 1916) pg. 1328.
37/ Lescarboura, Austin, pg. 230.
38/ Croy, Homer, pg. 273-276.
39/ Recensie in: Moving Picture World, (31 januari 1914), pg. 600.
40/ Recensie in: Moving Picture World, (7 februari 1914), pg. 722.
41/ Recensie Mutual Weekly no. 22 in: Motion Picture News, (18 maart 1916), pg. 1626.
42/ Zie o.a. recensies van het Universal journaal in: Motion Picture News, 17 april 1915, pg. 82, 24 april 1915, pg. 68, 19 juni 1915, pg 77, 7 augustus 1915, pg. 84 e.v.a.
43/ Hugon, Paul D., pg. 3-4. Voor een vergelijkbare nieuwsopvatting van zijn opvolger Emanuel Cohen, zie: Annals of the American Academy of Political and Social Sciences (november 1926), pg. 74-78.
44/ "The Daily Press and Moving Pictures" in: Motion Picture News, (7 oktober 1911), pg. 5. Vergelijk de verklaring van John Grey voor de houding van de pers: "They are opposed, on a business principle, to almost everything and everybody that does not .... give them advertising" (Idem, 5 augustus 1911, pg. 30).
45/ Ramsaye, pg. 655.
46/ "Boosting Pathé Pictures" in: Moving Picture World, (14 maart 1914) pg. 1392. Het resultaat was de serie "The Perils of Pauline" die zeer populair was in 1914.
47/ Theisen, Earl, "Story of the Newsreel" in: International Photographer, (september 1933), pg. 24.
48/ "Hearst-Selig Pictorial Announced" in: Motion Picture News , (3maart 1914), pg. 26. Het filmbedrijf Metro ging bij de exploitatie van het bioscoopjournaal eveneens een relatie aan met verscheidene regionale bladen. (Motion Picture News, 9 oktober 1915, pg. 47).
49/ "How A Newsfilm Weekly Is Conducted" in: Motion Picture News, (13 juni 1914), pg. 45.
50/ "St. Louis Daily Lauches News Pictorial" in: Motion Picture News, (1 augustus 1914), pg. 22.
51/ "Newspaper Starts Real Film Weekly" in: Motion Picture News , (6 juni 1914), pg. 46. Volgens Raymond Fielding (pg. 106) was Fox News het eerste bioscoopjournaal dat in 1919 gebruikmaakte van de diensten van een persburo. Dit is waarschijnlijk onjuist. Reeds in het voorjaar van 1914 sloot Pathé een contract met United Press. Het filmjournaal zou in ruil voor het gebruik van de persberichten opnamen afstaan. Bovendien was een functionaris van Associated Press als redakteur bij Pathé aangesteld (Moving Picture World, 24 januari 1914, pg. 393).
52/ "Making The Newspapers an Ally" in: Motion Picture News, (2 mei 1914), pg. 25.
53/ "Using The Newspapers as an Ally" in: Motion Picture News, (30 mei 1914), pg. 40.

54/ "New Haven Newspaper Espouses Films" in: Motion Picture News, (22 augustus 1914), pg. 38.
55/ "Facts and Comments" in: Moving Picture World, (13 december 1913), pg. 1255. Het aantal bladen met een filmrubriek was, volgens een schatting van de redaktie, in 1913 met ongeveer 50% toegenomen.
56/ "Newspapers Falling In Line" in: Variety , (10 juli 1914), pg. 19.

HOOFDSTUK III

1/ Liddell Hart, pg. 20 e.v.
2/ Het boek van Paul Fussell, 'The Great War and Modern Memory' , is de meest recente studie over dit onderwerp.
3/ "Fake War Pictures Stir The East Side" in: New York Times, 6 september 1914, sectie VI, pg. 6.
4/ "European War Affecting Season's Opening Here" in: Variety, (14 augustus 1914), pg. 3. Vergelijk: Idem, 14 november 1914, pg. 1-2.
5/ "Film Notes" in: Billboard, (15 augustus 1914), pg. 54.
6/ "The War Cloud and its Silver Linings" in: Motion Picture News, (15 augustus 1914), pg. 43. Zie ook: "Cashing In On Europe's War" in: Idem, (28 november 1914), pg. 25.
7/ "The Corner in Film Chemicals" in: Motion Picture News , (29 augustus 1914), pg. 17-18.
8/ Variety, 19 september 1914, pg. 18.
9/ "In and Out of Los Angeles Studios" in: Motion Picture News , (29 augustus 1914), pg. 60. Vergelijk: Idem, (3 oktober 1914), pg. 36.
10/ "The War and the Pictures" in: Moving Picture World , (15 augustus 1914), pg. 964.
11/ "First War Pictures Announced" in: Moving Picture World , (15 augustus 1914), pg. 976. De film werd door het bedrijf aldus aangekondigd: "WAR! WAR! WAR! THE WAR OF WAR'S Will Be Released Within A Week. The First Authentic Photoplay to Depict the Great Events of the Reigning Sensation of the World!" (Idem, pg 916-917).
12/ "War Pictures Laughed At" in: Variety , (28 augustus 1914), pg. 16
13/ Recensie in: Motion Picture News , (24 oktober 1914), pg. 48.
14/ "Sawyer War Films Cover Wide Field" in: Motion Picture News , (7 november 1914), pg. 61.
15/ Variety Film Reviews, 31 oktober 1914.
16/ Eastman, R.S. , "Cincinnatians Flock To War Pictures" in: Motion Picture News , (5 september 1914), pg. 22. Dezelfde methoden werden toegepast in Milwaukee, Cleveland (Ohio) en Kansas City. Ook in Pittsburgh (Pennsylvania) verdubbelde de vertoning van oorlogsfilms de inkomsten van de meeste bioscoopeigenaars. De publieke vraag in de eerste oorlogsmanden was zo groot dat alle mogelijke films met een militaire inhoud werden vertoond " ...regardless of where they have been taken" (Motion Picture News, 12 september 1914, pg. 34).
17/ Recensie in: Moving Picture World , (3 januari 1914), pg. 36.
18/ "Predicts War Picture Trouble" in: Billboard , (26 september 1914) pg. 61.
19/ "National Board Makes Neutrality Move" in: Motion Picture News, (12 september 1914), pg. 28.

20/ "San Fransisco Police Ban War Film" in: Motion Picture News , (5 september 1914), pg. 21.
21/ "Court Lifts 'Lid' From War Films" in: Motion Picture News , (12 september 1914), pg. 19.
22/ "A Timely Check" in: Motion Picture News , (12 september 1914), pg. 43.
23/ "New York and Los Angeles Authorities Open Campaign Against War Films" in: Motion Picture News , (26 september 1914) , pg. 19.
24/ Ibidem.
25/ "Barred Film Shown" in: Variety , (17 oktober 1914), pg. 20.
26/ Recensie in: Moving Picture World , (7 november 1914), pg. 765. Variety Film Reviews, 23 oktober 1914.
27/ "Move To Supress Belgian Pictures" in: New York Times, 16 september 1914, pg.5.
28/ "Ordeal OK'D " in: Variety ,(31 oktober 1914) pg.24.
29/ "Protest Stops Ordeal" in: Variety , (7 november 1914), pg 21.
30/ "Ordeal In Court" in: Moving Picture World , (21 november 1914), pg. 1053.
31/ "Backs Up National Board" in: Moving Picture World , (5 december 1914), pg. 1358.
32/ "Court Lifts Hyphen Out Of Citizenship" in: New York Times, 27 mei 1915, pg. 3..
33/ "Pictures That Terrify" in: New York Times, 23 oktober 1915, pg.10.

HOOFDSTUK 4.1 en 4.2.

1/ Knightley, Phillip, pg. 70.
2/ Idem, pg. 85.
3/ Advertentie in: Motion Picture News , 31 oktober 1914, pg. 1. Vergelijk: Idem, 3 maart 1914, pg. 10.
4/ Kniper, John, "Civil War Films: A Quantitative Description of A Genre" in: Journal of the Society of Cinematologists , 5 (1965), pg. 81-89. Voor een interessant artikel over de invloed van dit romantische beeld van de Burgeroorlog op de speelfilms over de strijd in Europa, zie: "Movie Battles That Make Mars Blush" in: Motion Picture Classic (augustus 1917), pg. 16-18.
5/ "Bursting Shells Don't Show on Films" in: Moving Picture world , (24 oktober 1914), pg. 501.
6/ "War Films America Wants To See" in: Moving Picture World , (7 oktober 1916), pg. 50. Het gebruik van spannende titels was, volgens Hugon, noodzakelijk vanwege de sensationele verwachtingen van het bioscooppubliek: "But above all, they want to see the real article - war as it is ..... yes, they wouldn't even mind seeing actual bayonet fighting in all its horrors. Americans are not squeamish".
7/ Advertentie in: Billboard , (4 maart 1916), pg. 61.
8/ Advertentie in: Moving Picture World , (15 januari 1916), pg. 184-185. Vergelijk de recensies van THE HORRORS OF WAR (o.a. Moving Picture World, 5 februari 1916, pg. 792) met die van AT THE FRONT WITH THE ALLIES (Billboard, 4 maart 1916, pg. 58 en 18 maart 1916, pg. 170.).
9/ Variety Film Reviews, 11 september 1914.
10/ Lescarboura, Austin C., "Generals of Shadowland Warfare" in: Scienti -

fic American (5 mei 1917), pg. 446-447, 456-457, 459-460.
11/ Croy, Homer, pg. 325-327.
12/ "War and Cinematography" in: The Bioscope , (20 augustus 1914), pg. 737.
13/ John Cher, "Chaos in France" in: The Bioscope , (6 augustus 1914), pg. 571.
14/ John Cher, "The Sad City" in: The Bioscope , (20 augustus 1914), pg. 749.
15/ "Foreign Trade Notes" in: Moving Picture World , (12 september1914) pg. 1499.
16/ Advertentie in: Motion Picture News , (10 januari 1914), pg. 57.
17/ "Animated Weekly Is Forging Ahead" in: Motion Picture News , (25 juli 1914), pg. 46.
18/ Recensie in: Moving Picture World , (15 augustus 1914), pg. 1002. Vergelijk: Motion Picture News, 8 augustus 1914, pg. 62.
19/ Recensie in: Motion Picture News , (5 september 1914), pg. 64.
20/ "Local 'War' Scenes" in: Moving Picture World, (17 oktober 1914), pg. 352. Vergelijk de recensie van Mutual Weekly no. 94 in: Moving Picture World, 24 oktober 1914, pg. 546.
21/ "Universal Man in War Zone" in: Motion Picture News, (22 augustus 1914), pg. 25.
22/ "All War Picture Fakes" in: Moving Picture World , (3 oktober 1914), pg. 50.
23/ Dench, Ernest A., pg. 160-161.
24/ "Mrs Graham Brought War Scenes" in: Moving Picture World , (12 september 1914), pg. 1527.
25/ Recensie in: Moving Picture World, (24 oktober 1914), pg. 542.
26/ Recensie in: Moving Picture World, (10 oktober 1914), pg. 246.
27/ Recensie in: Moving Picture World, (7 november 1914), pg. 832.
28/ "German Raid Pictures" in: Moving Picture World, (16 januari 1915), pg. 358.
29/ "Pathé Putting Out News Daily" in: Moving Picture World, (13 juni 1914), pg. 1524.
30/ "Pathé Opens Exchanges" in: Moving Picture World, (16 mei 1914), pg. 975.
31/ Thompson, Kristin, pg. 57-58.
32/ Recensie in: Moving Picture World , (15 augustus 1914), pg. 1000.
33/ "Eclectic Shows 'War Stricken Louvain' " in: Moving Picture World, (26 september 1914), pg. 1790.
34/ "Pathé Takes War Films With Official Sanction" in: Motion Picture News , (5 december 1914), pg. 24.
35/ "Pathé Announces New Program" in: Motion Picture News, (16 januari 1915), pg. 27.
36/ "Felix Malitz Is Guiding Spirit Of Pathé" in: Motion Picture News , (20 maart 1915), pg. 36.
37/ Thompson, Kristin, pg. 59.
38/ "The American Correspondent Film Company's Plausible Alibi" in: Billboard , (28 augustus 1915), pg. 1.
39/ Recensie in: Moving Picture World, (2 januari 1915), pg. 125.
40/ "Czar Appointed Pathé Official Cinematographer" in: Motion Picture News, (6 februari 1915), pg. 37.
41/ "Saw First Allies at Vladivostock. George Ercole, Pathé War Photographer and Twice Wounded, Has Cranked On Many Fronts" in: Moving Picture World, (14 september 1918), pg. 1550. Zie ook: Motion Picture News, 17 april 1915, pg. 38.
42/ "War Pictures of Eastern Front Not Shown Yet" in: Motion Picture News , (26 juni 1915), pg. 118.

43/ Recensie in: Moving Picture World , (26 juni 1915), pg. 2176.
44/ Advertentie in: Motion Picture News, (19 juni 1915) ,pg 9.
45/ Recensie in: Motion Picture News, (5 juni 1915), pg. 77.
46/ Recensie in: Motion Picture News, (12 juni 1915), pg. 78.
47/ Ibidem.
48/ Recensie Pathé News no. 51 in: Moving Picture World, (10 juli 1915), pg. 396.
49/ Brownlow, pg. 61.
50/ Recensie in: Moving Picture World , (10 juli 1915), pg. 396.
51/ "All International Films To Be Released Through Pathé" in: Motion Picture News , (13 januari 1917), pg. 227.
52/ Dench, Ernest A., pg. 162.
53/ Dench, Ernest A., "Methods By Which the European War Has Been Filmed" in: Scientific American , (20 maart 1915), pg. 277.
54/ Farley, Parke, "The War Photographer's Job" in: Photoplay Magazine (februari 1915), pg. 166.
55/ Advertentie in: Motion Picture News , (31 oktober 1914), pg. 1.
56/ Ibidem. Vergelijk: "Hearst-Selig War Scenes" in: Moving Picture World (31 oktober 1914), pg. 654.
57/ Recensie in: Moving Picture World , (2 januari 1915), pg. 124-125.
58/ "Flashes From Chicago Film Circles" in: Motion Picture News, (23 januari 1915), pg. 43.
59/ Ibidem.
60/ "Adventures of A Camera Man with the Greek Army" in: Motion Picture News , (8 november 1913), pg. 25. De fotograaf was Robert Schwobthaler, mededirecteur van de Express Film Company in Freiburg. In de opdracht van de Griekse koning filmde hij onder meer de gevechten met het Bulgaarse leger in de Struma vallei. Zijn oorlogsdocumentaire maakte grote indruk op de recensent W. Stephen Bush die schreef over het authentieke, weinig romantische beeld dat werd getoond van een oorlog. Ook Schwobthaler sprak over de gruwelen die zijn film op onweerlegbare wijze liet zien. Voor deze verschijnselen werden, opvallend genoeg, alleen de Bulgaren verantwoordelijk gesteld: ".... the Bulgarians are little more than savages while the Greeks showed great humanity, feeding their prisoners and fugitives at a time when they were themselves hard pressed for food" (Moving Picture World, 31 januari 1914 , pg. 522). Zijn documentaire was waarschijnlij.k één van van de eerste voorbeelden van het gebruik van oorlogsfilms voor (buitenlandse) propaganda.
61/ Recensie in: Motion Picture News , (23 januari 1915), pg. 58.
62/ Recensie in: Moving Picture World, (23 januari 1915), pg. 534.
63/ Recensie in: Moving Picture World, (13 februari 1915), pg. 1038.
64/ Recensie in: Moving Picture World, (6 maart 1915), pg. 1502.
65/ Peterson, Horace C., pg. 159-168.
66/ "Selig All American and Neutral" in: Moving Picture World , (9 oktober 1915), pg. 238.
67/ "War Relief Picnic Held At Selig Zoo" in: Motion Picture News, (15 juli 1916), pg. 228.
68/ Recensie in: Moving Picture World, (17 april 1915), pg. 446.
69/ Barkhausen, Hans, pg. 56-58.
70/ "Bemerkenswertes Uber Kinofilms" in: Photographische Korrespondenz 657 (1915), pg. 174-175. Vergelijk: Idem, pg. 188-189.
71/ Barkhausen, Hans, pg. 21-22 e.v.
72/ "Edwards Returns From European Battlefields" in: Motion Picture News (9 december 1916), pg. 3674.
73/ Liddell Hart, pg. 171-182.
74/ "International Camera Men" in: Billboard , (1 juli 1916), pg. 82.
75/ Boorstin, Daniel, pg. 19 - 54 .

HOOFDSTUK 4.3 en 4.4.

1/ Variety Film Reviews, 8 januari 1915.
2/ Ibidem.
3/ H.H. Van Loan, "Shooting The War" in: Motion Picture Magazine (maart 1918), pg. 66-67.
4/ " 'Germany On Firing Line' Officialy Approved" in: Motion Picture News , (19 februari 1916), pg. 1014.
5/ Barkhausen, Hans, pg. 75 e.v. De zeven zogenaamde "Filmtruppen" aan het front maakten deel uit van het Bild- und Filmamt dat op 30 januari 1917 officïeel werd opgericht.
6/ Variety Film Reviews, 21 januari 1916.
7/ Wendt, Lloyd, pg. 391.
8/ Ramsaye, Terry, pg. 658.
9/ Weigle, Edwin F., 'My Experiences on the Belgian Battlefields', pg. 10.
10/ Idem, pg. 18-21.
11/ Idem, pg. 32.
12/ Idem, pg. 43.
13/ Advertentie in: Moving Picture World, (21 november 1914), pg. 1110-1111.
14/ "Actual War Films Ready" in: Billboard, (14 november 1914), pg. 46.
15/ "Chicago Letter" in: Moving Picture World, (5 december 1914), pg. 1362.
16/ "War Pictures Sweep United States" in: Billboard, (28 november 1914) pg. 58.
17/ "War Pictures Fakey" in: Variety, (21 november 1914), pg.7. Vergelijk: Idem, 28 november 1914, pg. 22.
18/ Variety Film Reviews, 4 december 1914, Zie ook recensie in: Moving Picture World, 12 december 1914, pg. 1507.
19/ Library of Congress ed., pg. 882.
20/ Advertentie in: Moving Picture World, (21 november 1914),pg. 1113.
21/ "Siege of Antwerp Shown in Pictures" in: Moving Picture World, (28 november 1914), pg. 1218.
22/ Peterson, Horace, pg. 65-70.
23/ "Chicago Letter" in: Moving Picture World, (30 januari 1915), pg. 655.
24/ Patterson, Joseph M., pg. 45.
25/ Weigle, Edwin F. 'On Four Battlefronts With the German Army', pg.15.
26/ "Written on the Screen" in: New York Times, 26 september 1915, sectie VI, pg. 4.
27/ Weigle, Edwin F., pg. 22-23.
28/ Advertentie in: Moving Picture World, (6 november 1915), pg. 1207. Het enthousiaste commentaar van de Duitse ambassadeur Von Bernstorff werd in deze advertentie opgenomen.
29/ "Sell Soda Checks As Theatre Tickets" in: New York Times, 21 september 1915, pg.11.
30/ " 'German Side of the War' Makes Record Run" in: Motion Picture News (13 november 1915), pg. 75.
31/ Library of Congress ed., pg. 296.
32/ "Germany on the Screen" in: New York Times, 21 september 1915, pg.11
33/ Variety Film Reviews, 8 oktober 1915. Gedurende de première in New York bracht THE GERMAN SIDE OF THE WAR ongeveer $ 32.000,- op. De verkoop van distributierechten zorgde voor nog eens $ 56.000,-. De reden voor deze hoge opbrengsten lag, volgens Variety, bij de ad-

vertentiecampagne van én voor de Chicago Tribune. Een correspondent berichtte: "Exchange advertising between the Chicago Tribune and the New York papers gave the pictures a tremendous quantity of publicity. It is said the Tribune is practically satisfied with the advertising it is securing; which allows F. Ziegveld Jr., who has the war film under his direction for New York, a large margin of profits on the returns" (Variety, 24 september 1915, pg. 17).

34/ "Central Film Sells 96 Prints of Eastland Disaster" in: Motion Picture News , (14 augustus 1915), pg. 93.

35/ Wendt, Lloyd, pg. 419. In zijn jaarverslag van 1915 schreef McCormick ".... all the present methods of war reporting are losing their interest for the public and new methods must be found" (Idem).

36/ "My Experiences on the Belgian Battlefields" in: Moving Picture World , (26 december 1914), pg. 1857.

37/ "Newsreel is Discontinued" in: Billboard, (19 mei 1917), pg. 61.

1/ "All International Films To Be Released Through Pathé" in: Motion Picture News, (13 januari 1917), pg. 227.

2/ "Testifies Berlin Sent Spies Here" in: New York Times, 14 december 1918, pg. 3.

3/ Peterson, Horace, pg. 136.

4/ Fox, Edward L., pg. 33.

5/ Idem, pg. 331.

6/ Mock en Larson, pg. 178-179.

7/ Fox, Edward L., pg. 39.

8/ Vergelijk: Ramsaye, pg. 601.

9/ Fox, Edward L., pg. 52.

10/ Liddell Hart, pg. 146-149.

11/ Collins, Francis, pg. 7-8.

12/ Everets, John A., "How I Got to Przemysl and Filmed the Bombardment" in: Motion Picture Magazine , (februari 1916), pg. 59. Zie voor de volledige tekst bijlage II.

13/ Idem, pg. 64.

14/ Ibidem.

15/ Library of Congress ed., pg. 48.

16/ Fox, Edward L., pg. 202.

17/ Recensie in: Moving Picture World , (14 augustus 1915), pg. 1175. Maar, zo voegde de recensent op milde wijze hieraan toe, : " .... even an audience that is totally out of sympathy with the motives behind the armies of the Kaiser .... may .... marvel at scenes that so graphically suggest human tragedy and military resourcefulness" (Idem).

18/ Advertentie in: Billboard,(28 augustus 1915) pg. 47.

19/ Recensie in: Billboard , (7 augustus 1915), pg. 67.

20/ Ibidem.

21/ Recensie in: Motion Picture News , (14 augustus 1915), pg. 85.

22/ Variety Film Reviews, 6 augustus 1915.

23/ Collins, Francis, pg. 14-15. Albert K. Dawson wordt hier niet met naam genoemd. De auteur geeft echter een verslag dat vrij nauwkeurig overeenkomt met de opname uit THE BATTLE AND FALL OF PRZEMYSL. Verscheidene anecdotes van Collins, die zijn boek opdroeg aan Dawson, hebben waarschijnlijk betrekking op deze ene cameraman.

24/ "Battles of A Nation" in: Billboard , (30 oktober 1915), pg.55.

25/ Recensie in: Billboard , (27 november 1915), pg. 53. Vergelijk: Variety Film Reviews, 26 november 1915.
26/ Recensie in: Motion Picture News, (4 december 1915), pg. 95.
27/ "Film Flashes" in: Variety , (21 januari 1916), pg. 21.
28/ Peterson, Horace, pg. 164.
29/ Variety Film Reviews, 26 november 1915. Zie ook: "New War Film Shown" in: New York Times, 7 december 1915, pg. 13. Het publiek scheen tijdens de première, volgens de recensent, " ...German in sentiment" (Idem).
30/ Advertentie in: Motion Picture News, (18 december 1915), pg. 115.
31/ "Newspaper Promotion For Fighting Germans" in: Motion Picture News (20 mei 1916), pg. 3042. Vergelijk: New York Times, 23 november 1915, pg. 14.
32/ Liddell Hart, pg. 152-153.
33/ Library of Congress ed., pg. 836.
34/ "Edward Lyell Fox, M.P. Correspondent" in: Moving Picture World (25 december 1915), pg. 2376.
35/ "Lines From Dawson" in: Billboard , (25 maart 1916), pg. 52.
36/ "Army Man's Name In Smuggling Case" in: New York Times, 1 maart 1918, pg. 5.
37/ "Army Court Martial Dismisses Officers" in: New York Times, 28 april 1918, pg. 18. Dawson deed overigens weinig moeite om zijn vroegere werkgever, Malitz, tijdens het proces te helpen. De New York Times schreef: "He asserted that he found in 1915 that Germany was not friendly to this country and he resigned his position and returned home" (New York Times, 3 mei 1918, pg. 7).
38/ "Germany's Side Shown on Film" in: New York Times, 22 mei 1916, pg. 20.

HOOFDSTUK V.

1/ "Joffre and Viviani in Mutual 124" in: Motion Picture News, (26 mei 1917), pg. 3279.
2/ "Animated weekly's New Coast Service" in: Moving Picture World, (28 februari 1914), pg. 1105.
3/ "Camera Man Under Fire" in: Moving Picture World , (6 februari 1915), pg. 807.
4/ "Mutual Cameraman Gets Striking European Scenes" in: Motion Picture News , (4 maart 1916), pg. 1313.
5/ "Cameraman Thompson Off To War For Paramount" in: Motion Picture News, (6 november 1915), pg. 46.
6/ "Donald C. Thompson Home From War" in: Moving Picture World, (25 december 1915), pg. 2375.
7/ Thompson, Donald C., pg. vii-viii.
8/ Powell, Edward A., pg. 24-25.
9/ Liddell Hart, pg. 43 e.v.
10/ "Paramount Photo-News Man" in: Moving Picture World, (6 november 1915), pg. 1114.
11/ "Donald C. Thompson Home From War" in: Moving Picture World (25 december 1915), pg. 2375.
12/ "Paid A War Bribe In Cigar Coupons" in: New York Times, 16 november 1914, pg.4.
13/ Ibidem.

14/ Powell, Edward A., pg. 27.
15/ Thompson, Donald C., pg. xiii.
16/ "Kane Gets War Films From Man In 38 Battles" in: Motion Picture News , (8 januari 1916), pg. 77.
17/ Powell, Edward A., pg. 28.
18/ Thompson, Donald C., pg. x.
19/ "Paid A War Bribe In Cigar Coupons" in: New York Times, 16 november 1914, pg. 4.
20/ "Newspaper Man Wounded" in: New York Times, 31 oktober 1914, pg. 2.
21/ Thompson, Donald C., pg. xii.
22/ "Germany's Official Cinema Bureau" in: The Bioscope , (18 februari 1915), pg. 603.
23/ "Chicago Letter" in: Moving Picture World , (6 februari 1915), pg. 812. Thompson herhaalde, net als tijdens het interview met de New York Times, : " ...I never at any time saw any evidence of the reported German 'atrocities'." (Idem, pg. 813).
24/ "Disputed War Film" in: The Bioscope , (20 mei 1915), pg. 761.
25/ "Written on the Screen" in: New York Times, 10 oktober 1915, sectie VI, pg. 7.
26/ McCormick, Robert R., pg. 94. Zijn eerte bezoek aan het westelijke front werd op dezelfde laconieke wijze beschreven: "Hark! What is this we hear? It is war, the greatest war, but it sounds sufficiently like the battle of Gettysburg at McVicker's Theatre" (Idem, pg. 13).
27/ Thompson, Donald C., pg. xv-xvi.
28/ "Kane-Thompson War Films Get Page in Leslie's" in: Motion Picture News , (15 januari 1916), pg. 247.
29/ Recensie in: Moving Picture World , (22 januari 1916), pg. 670.
30/ "Come To Buy More Supplies" in: New York Times, 12 augustus 1916, pg. 7.
31/ "Rialto Shows War Films" in: New York Times, 16 oktober 1916, pg. 9
32/ "Real Thrills In Battle Pictures" in: Moving Picture World , (11 november 1916), pg. 857.
33/ "War Films On State Rights From Thompson Company" in: Motion Picture News, (2 december 1916), pg. 3453. Vergelijk: "War Trophies to Help Arouse Interest" in: Motion Picture News , (23 december 1916), pg. 4012.
34/ National Archives ed., 'Script WAR AS IT REALLY IS (1916)', pg. 1-2 e.v.
35/ Recensie in: Motion Picture News, (23 december 1916), pg. 4038.
36/ Recensie in: Moving Picture World , (23 december 1916 0, pg. 1814. Zie ook: filmscript, pg. 6.
37/ Thompson, Donald C., pg. 41-42.
38/ "Lenine Anti-American As Well As Pro-German" in: New York Times Magazine, 18 november 1917, pg. 9.
39/ Thompson, Donald C., pg. 89-90.
40/ Idem, pg. 264. De lezer mag deze passage, wat mij betreft, opvatten als een teken van Thompson's brutaliteit óf van zijn kleurrijke fantasie.
41/ Tenny, Louis, "Filming The Trail Of The Serpent" in: Picture-Play Magazine , (maart 1918), pg. 114-115.
42/ Thompson, Donald C., pg. 301.
43/ "New Russian War Film" in: New York Times, 10 december 1917, pg. 15. Actuele opnamen van de Februari-revolutie waren in 1917 uiterst schaars. Thompson's prestaties waren in dit opzicht beter dan die van het Skobeleff comité; leden van dit gezelschap brachten op hun reis naar Amerika de film THE RUSSIAN REVOLUTION met zich mee.

De meest relevante beelden in deze documentaire betroffen voornamelijk slechts de afloop van de Revolutie: de viering van 1 mei 1917, de opening van de Doema, etc. De opnamen over de begravenis van de slachtoffers van de revolutie waren, volgens Variety, dusdanig gedupliceerd dat het leek alsof één en hetzelfde lijk soms wel zeven maal ter aarde werd besteld (Film Reviews, 24 augustus 1917). Het merendeel van de film liet bekende opnamen van onder meer de vloot in de Zwarte Zee zien. Interessant, tenslotte, is het gebruik van gruwelpropaganda . Moving Picture World beschreef de volgende scène: "The desecration of the monastery of Pochayev, showing how the German soldiers, respecting not even the dead, opened the tombs and threw the corpses from their coffins in search of treasure ..... testifying to the grossness of German soldiers" (Moving Picture World, 15 september 1917, pg 1688).

44/ "Blood-Stained Russia, German Intrigue, Treason And Revolt" in: Moving Picture World , (22 december 1917), pg. 1805.

45/ "Strand Exhibits Blood-Stained Russia" in: Moving Picture World (5 januari 1918), pg. 574. BLOOD-STAINED RUSSIA was waarschijnlijk de alternatieve filmtitel.

46/ Jacobs, Lewis, pg. 258.

47/ Recensie in: Motion Picture News , (12 januari 1918), pg.294.

48/ Tenny, Louis, "Filming The Trail Of The Serpent" in: Picture-play Magazine , (maart 1918) , pg.113.

49/ "News Of The Film World" in: Variety , (21 december 1917), pg 49. Niet iedereen was even enthousiast over de film. Paul Kullikoff werd veroordeeld tot zes maanden gevangenisstraf omdat hij tijdens de première zijn afkeuring had geuit over bepaalde scènes. Thompson meldde op zijn beurt dat, om de verspreiding van Duitse intrigues te voorkomen, iedere verdachte Duits-Amerikaan in hechtenis genomen moest worden (Motion Picture News, 12 januari 1918, pg. 263).

HOOFDSTUK VI

1/ Ramsaye, Terry, pg. 728.

2/ "De Film en de Oorlog" in: De Filmwereld, (24 augustus 1918), pg. 2. Interessant is overigens het oordeel van de schrijver over het bioscoopjournaal met de vele standaardbeelden van de oorlog: "Vier lange oorlogsjaren hebben ons ... langzamerhand wel afgestompt voor de indrukken van het eeuwig gelijkvormig oorlogsjournaal" (Idem). De redaktie van dit Nederlandse filmblad leek nauwelijks ontvankelijk voor tendentieuse oorlogsfilms als DE STRYDKREET OM VREDE. Een uitzondering werd gemaakt voor FRANSCHE MOEDERS, een speelfilm met Sarah Bernhardt in de hoofdrol.Deze produktie zou een opvallend waardig en humaan karakter hebben gehad en bedoeld zijn geweest als een internationaal eerbetoon aan de opofferingsgezindheid van alle vrouwen in de oorlog. (Idem, 11 mei 1918, pg. 6).

3/ "Chicago Letter" in: Moving Picture World, (30 oktober 1915), pg. 773.

4/ Terveen, Fritz, pg.329.

5/ "German Propaganda works On Cash Basis" in: New York Times, 16

augustus 1915, pg. 3.

6/ "American Correspondent Film Company Enters News Field" in: Motion Picture News , (26 juni 1915), pg. 69.

7/ De twee uitzonderingen bevestigen min of meer de regel; het filmbedrijf bracht in 1915 drie korte documentaires uit over het Duitse natuur- en cultuurschoon: BAD EMS, BADEN BADEN en BAD OYENHAUSEN (Library of of Congress ed., pg. 41-42).

8/ "A.C.F. Pictures Are Neutral" in: Variety , (20 augustus 1915), pg. 16. Clausen, de direkteur van het bedrijf, maakte reeds in 1914 gebruik van de diensten van een Oostenrijkse cameraman. Bovendien was, zoals gezegd, een contract gesloten met de autoriteiten in Wenen voor de levering van filmmateriaal.

9/ "New York World's German Plot to Induce U.S. in European War" in: Billboard , (21 augustus 1915), pg. 63.

10/ United States Congressional records, 'Investigation of Brewing and Liquor Interest and German Propaganda' (Washington DC 1919) II, pg. 1434-1438.

11/ Idem, pg. 1438-1442. Het Duitse filmbedrijf Eiko bracht in 1915 een reeks oorlogsfilms uit. Bovendien verschenen onder auspiciën van enkele Duits-Amerikaanse bladen de STAATS-ZEITUNG WAR PICTURES en FIGHTING THE ALLIES (Fatherland Magazine). Sommige Amerikaanse correspondenten, tenslotte, brachten films mee uit Europa. W.H. Durborough volgde met cameraman Ries het Duitse leger tijdens het offensief in Polen Zijn documentaire kreeg de titel ON THE GERMAN FIRING LINE (Motion Picture News, 18 december 1915, pg. 48).

12/ Peterson, Horace, pg. 154-155.

13/ Moving Picture World, 4 september 1915, pg. 1624 . Motion Picture News, 11 september 1915, pg. 48.

14/ "The American Film Company's Plausible Alibi" in: Billboard, (28 augustus 1915), pg. 1/ 15. "You've got to hand it to Malitz. Butter would not melt in his mouth. Though the Battle of Przemysl and future releases of the concern are made, he is grieved. Yes, he is - not" (Idem, pg. 15).

15/ Advertentie in: Motion Picture News, (4 september 1915), pg. 73.

16/ United States Congressional Records, Investigation of Brewing and Liquor Interest and German Propaganda' (Washington DC 1919), II, pg. 1447.

17/ "Bernstorff Seal On Secret Notes" in: New York Times, 26 mei 1916, pg. 1. Vergelijk: Idem, 29 mei 1916, pg. 10.

18/ "Malitz's Appeal For Lower Bail Refused" in: Moving Picture World , (16 maart 1918), pg. 1480.

19/ "Malitz and Engler Sentenced To Prison" in: Moving Picture World , (25 mei 1918), pg. 1123.

20/ Walter Millis, Horace Peterson en Charles Tansill schreven in deze tijd de meest prominente werken over de Amerikaanse betrokkenheid bij de oorlog.

21/ "France To Picture War" in: New York Times, 14 april 1915, pg. 12. Zie ook advertentie in: Motion Picture News , (1 januari 1916), pg. 117. Met praktisch hetzelfde materiaal maar onder een andere titel (FIGHTING FOR FRANCE) bracht de New York American gelijk met de New York World (FIGHTING IN FRANCE) de documentaire uit. Niet alleen in New York maar ook in Chicago probeerden de redakties ieder als eerste de officiele Franse oorlogsfilm in de bioscopen te vertonen. Zie: "Rival Papers Battle Over War Pictures In Chicago" in: Variety

(10 december 1915), pg. 19; Variety Film Reviews, 26 november 1915.
22/ Vergelijk: Millis, Walter, pg. 75.
23/ "American Corps In France Filmed" in: New York Times, 12 augustus 1916, pg. 7.
24/ Advertentie in: Moving Picture World , (29 juli 1916), pg.644-645.
25/ "Roosevelt At Film Of American Valor" in: New York Times, 24 september 1916, pg. 20.
26/ "American Ambulance Pictures At Strand" in: Moving Picture World , (23 december 1916), pg.1718. Vergelijk: Idem, 9 september 1916, pg. 172.
27/ Brownlow, Kevin, pg. 52.
28/ Recensie in: Billboard , (10 juni 1916), pg. 61.
29/ "How Britain Prepared Into New York Theaters" in: Motion Picture News , (8 juli 1916), pg. 69.
30/ "How Britain Prepared Will Be Sold On State Rights" in: Motion Picture News , (15 juli 1916), pg. 258.
31/Imperial War Museum ed., Shot Sheet'BRITAIN PREPARED'(IWM 580), pg 7.
32/ Variety Film reviews, 2 juni 1916.
33/ "Battle Of Somme In Film" in: New York Times, 30 september 1916, pg. pg. 11. De recensent schreef onder meer: "The pictures of the returning wounded and of the winrows of dead are for the strong only ".
34/ Imperial War Museum ed., Film Catalogus, pg. 180.
35/ Brownlow, Kevin, pg. 65. Sommige aanwijzingen bevestigen m.i. Brownlow's verklaring: 1/ Enkele seconden voordat de soldaten de loopgraaf uitklimmen, draait een militair aan de linkerzijde zich omen lacht terloops naar de fotograaf; 2/ De continuiteit tussen deze eerste instelling en het daaropvolgende beeld (genomen van bovenop de rand van de loopgraaf) verloopt dusdanig vlekkeloos , dat de cameraman bedacht moet zijn geweest op de gang van zaken; de scène maakt een gearrangeerde indruk.
36/ Imperial War Museum ed., 'Viewing Guide: The Battle of the Somme' (Londen 19.87), pg. 14.
37/ Idem, pg. 17.
38/ Recensie in: Motion Picture News, (14 oktober 1916), pg. 2398.
39/ Variety Film Reviews, 13 oktober 1916.
40/ "Urban Tells How 'Battle of the Somme' Was Obtained" in: Motion Picture News , 9 14 oktober 1916), pg. 2393.
41/ "Profits of New Film Company Will be Devoted To War Relief" in: Billboard , (20 januari 1917), pg. 3/54. Vergelijk: New York Times, 17 januari 1917, pg. 11.
42/ "War Series From General About Febrary 1" in: Motion Picture News , (10 februari 1917), pg. 894. Vanaf eind april 1917 werden deze films, tesamen met de meeste officiële Franse oorlogsdocumentaires, door Pathé Exchange Inc. uitgebracht.
43/ Advertentie in: Motion Picture News , (24 februari 1917), pg.1175.

HOOFDSTUK VII.

1/ "Kaiser Pictues Hits" in: Variety , (15 maart 1918), pg. 48.
2/ "How War Affects Pictues" in: Moving Picture World, (2 februari 1918) pg. 648.
3/ "Make Cheerfull Pictures to Counter War's Tragedy" in: Motion Picture News , (8 september 1917), pg. 1629. Vergelijk: Idem, 1 september 1917, pg. 1449.
4/ "President Wilson Offered Aid Of Film Men" in: Motion Picture News , (24 februari 1917), pg. 1197.
5/ "Written on the Screen" in: New York Times, 11 februari 1917, sectie III, pg. 4.
6/ "Movies Enlisted For National Duty Week" in: Billboard , (31 maart 1917), pg. 51. Zie ook: Motion Picture News, 31 maart 1917, pg. 1993.
7/ Recensie in: Moving Picture World , (28 april 1917), pg. 678. Carl Laemmle, de direkteur van Universal, besloot in september 1914 om met zijn films de neutraliteitspolitiek van Wilson te steunen. Hij gaf onder meer opdracht om een speciale film getiteld BE NEUTRAL te maken. Bovendien werd in de Universal produkties, waaronder het journaal, een tekst geplaatst waarin werd opgeroepen om onpartijdig te blijven. Laemmle, al dan niet oprecht in zijn bedoelingen, kon het niet nalaten om zijn neutraliteitsproclamaties eveneens te gebruiken in de advertenties van het bedrijf: "Be Neutral On The War, But Not On The Universal Program .... You remember what Napoleon said about the side which had the heaviest artillery. Well, UNIVERSAL has the BIGGEST GUNS ever trained on an audience ...." (Billboard, 3 oktober 1914, pg. 50).
8/ "New Universal Weekly Due April 14" in: Motion Picture News, (12 mei 1917), pg. 2970.
9/ Recensie in: Moving Picture World , (28 juli 1917), pg. 691.
10/ Ibidem.
11/ "President Ochs vs. Universal Company" in: Moving Picture World , (3 februari 1917), pg. 663. Zowel Moving Picture World als Motion Picture News distancieerden zich nadrukkelijk van Och's werkwijze.
12/ "League Bolsters Stay Out Despite Federal Persuasion" in: Variety , (27 juli 1917), pg. 19. Vergelijk: Idem, 20 juli 1917, pg.3.
13/ "Patriotism - Not Politics" in: Motion Picture News , (11 augustus 1917) pg. 961.
14/ "Movie Patrons Must Get War Taxes" in: Billboard , (27 oktober 1917), pg. 3.
15/ Billboard, 15 september 1917, pg. 72. Zie ook: Idem, 3 november 1917, pg. 3/ 65 en 17 november 1917, pg. 60.
16/ "Three Pictures Stopped" in: Billboard , (5 mei 1917), pg. 66.
17/ "Ohio Censors Watch All War Films Closely" in: Moving Picture World , (19 mei 1917), pg. 1164.
18/ "Shall Horrors of War in Film be Banned?" in: Moving Picture World , (5 mei 1917), pg. 834.
19/ "Government Will Censor Films Showing Ships Of War" in: Motion Picture News , (14 april 1917), pg. 343.
20/ "Activities of War Committees" in: Moving Picture World , (25 augustus 1917), pg. 1194. Iedere aanvraag voor het filmen van activiteiten van het leger in Amerika moest, volgens deze circulaire, betrouwbare referenties opgeven. Het CPI stuurde vervolgens de aanvraag door naar de desbetreffende instantie. Deze organisatie en het CPI behielden ieder één copie van de film; het derde exemplaar werd door het CPI uiteindelijk beoordeeld op toelaatbaarheid en teruggegeven aan het filmbedrijf. De volgende onderwerpen werden, tenzij daartoe officiële goedkeuring was gegeven, als niet toelaatbaar gekwalificeerd: 1/ Militaire trainingskampen, munitiefabrieken en marinehavens; 2/ Details van wapentuig en technische apparatuur; 3/ Herkenbare plaatsen van transport

oefeningen e.d. 4/ De locaties van mijnenvelden en marineschepen; 5/ Scènes die de verontwaardiging oproepen van bevriende naties en die eventueel nog niet door de Europese censor zijn goedgekeurd. De lijst is lang en uitputtend, maar het venijn zit in de staart:"Whether or not specifically prohibited by these rulings, when pictures are plainly of a character that require official consideration, representatives ..... are themselves expected to withhold publication" (Idem, pg. 1193). Het CPI behield aldus de nodige vrijheid om, ook nadat een film in roulatie was gebracht, alsnog in te grijpen.

21/ Liberman, Frank, pg. 16-17.
22/ Idem, pg. 94.
23/ Terrett, Dulany, pg. 79. Vergelijk: Idem, pg.9 e.v.
24/ Creel, George, pg. 118.
25/ "Washington To Safeguard War Negatives" in: Moving Picture World , (10 augustus 1918), pg. 811.
26/ Brownlow, Kevin, pg. 127.
27/ Liberman, Frank, pg. 94.
28/ Theisen, Earl, "The Photographer in the World War" in: International Photographer, (november 1933), pg. 5. De Signal Corps fotografen waren, ook volgens Theisen, een kleurrijk en vaak nogal eigengereid gezelschap: "In fact there were as many ways of softening army life as there were photographers" (Ibidem).
29/ Brownlow, Kevin, pg.125.
30/ Croy, Homer, "Handing It Down To Posterity" in: Photoplay Magazine, (september 1919), pg. 70.
31/ Vergelijk: Creel, George, pg. 119. Zie ook: "Board of Review to Examine all News Pictures" in: Motion Picture News , (10 november 1917), pg. 3248.
32/ "Motion-Picture Camera That Is Different" in: Scientific American , (2 maart 1918), pg. 194. Vergelijk: Idem, 25 september 1915, pg. 276 en 24 mei 1919, pg. 545.
33/ Ibidem.
34/ Gatchell, Charles, "Filmimg the Fighting Front" in: Picture-Play Magazine , (januari 1919), pg. 22.
35/ "War Cameraman's Kit" in: Moving Picture World, (15 september 1917), pg. 1673. Caverly maakte gebruik van een Pathé camera met ingesloten filmspoelen. Voor algemene informatie over deze fotograaf zie o.a. Moving Picture World, 7 juli 1917, pg. 64.
36/ "Cameraman Writes From War Front" in: Motion Picture News , (12 januari 1918), pg. 264.
37/ Gatchell, Charles, "Filming the Fighting Front" in: Picture-Play Magazine , (januari 1919), pg. 22-23.
38/ Claudy, C.H. , "Photographing the War" in: Scientific American , (24 mei 1919), pg. 544.
39/ "Official War Pictures Held Too Tame" in: Moving Picture World , (16 november 1918), pg. 725. Uit dit artikel blijkt overigens dat Edwin F. Weigle, filmcorrespondent van de Chicago Tribune, in 1918 als officier bij het US Signal Corps werkzaam was.
40/ "Frank Marion Returns to United States" in: Moving Picture World , (22 juni 1918), pg. 1692.
41/ Mock en Larson, pg. 11 e.v. Strikt genomen had Creel gelijk: de formele bevoegdheden voor de uitvoering van censuur lagen bij het ministerie van Justitie en het Post Office Department. Het CPI deed echter meer dan bemiddelen tussen de publiek en regering; Creel kon niet alleen gebruikmaken van de hulp van de militaire inlichtingendiensten maar had ook zitting in de Censorship Board. De facto was het CPI wel degelijk betrokken bij de oorlogscensuur.
42/ Creel, George, pg. 117.

43/ Creel, George, pg. 117.
44/ "Liberty Loan Being Boosted" in: Billboard, (9 juni 1917), pg. 67.
45/ "Boosting the Liberty Loan" in: Moving Picture World, (2 juni 1917), pg. 1419
46/ "NAMPI To Continue Its Aid To Government" in: Billboard, (23 juni 1917), pg. 66.
47/ "President Wison Appoints Brady to Mobilize Industry" in: Motion Picture News , (14 juli 1917), pg. 221.
48/ "Creel Confers With NAMPI For Giant Film Drive" in: Motion Picture News (21 juli 1917), pg. 371.
49/ "William A. Brady Mobilizes M.P. Industry" in: Billboard , (4 augustus 1917), pg. 66.
50/ Creel, George, pg. 119.
51/ MacMahon, Henry, "'Uplifters' Boss War Films" in: Moving Picture World (26 januari 1918), pg. 482.
52/ Vergelijk: "Written on the Screen" in: New York Times, 14 oktober 1917, sectie III, pg. 7.
53/ Ford was prominent aanwezig in de Amerikaanse nieuwsfilmwereld. Het gratis bioscoopjournaal THE FORD WEEKLY verspreidde zich vanaf 1914 snel over het land.
54/ Creel, George, pg. 275.
55/ "Irwin Retires From Cinema Commission" in: Moving Picture World, (24 november 1917), pg. 1152. Zie ook: Variety, 2 november 1917, pg. 54.
56/ "Why W.W. Irwin Declines To Go To Russia" in: Billboard , (17 november 1917), pg. 3/ 66-67.
57/ "Kalem Chief Writes Of Spain As A Market" in: Moving Picture World, (23 februari 1918), pg. 1070.
58/ Creel, George, pg. 277.
59/ "Dutch Roused By 'America's Answer'" in: New York Times, 2 november 1918, sectie II, pg. 3.
60/ MacMahon, Henry, "'Uplifters' Boss War Films" in: Moving Picture World (26 januari 1918), pg. 484.
61/ "Government Forging Ahead In Picture Making" in: Moving Picture World, (2 maart 1918),pg. 1228.
62/ "As Hart Sees It" in: New York Times, 5 januari 1919, sectie IV, pg. 4.
63/ Ramsaye, Terry, pg. 782.
64/ "Congress Men Hear Film Tax Protest" in: Moving Picture World, (6 juli 1918), pg. 44.
65/ "War Film Bureaus Confuse Industry As To Exact Duty" in: Variety , (31 mei 1918), pg. 37.
66/ Ramsaye, Terry, pg. 683 e.v.
67/ "Government Supplies War Films To News Movies" in: Billboard , (6 juli 1918), pg. 50.
68/ "Explanations Clear War Films Row" in: Motion Picture News , (13 juli 1918), pg. 201.
69/ Geciteerd in: New York Times, 25 juni 1918, pg. 24.
70/ Advertentie in: Moving Picture World , (6 juli 1918), pg. 7.
71/ "Contents of Allies War Review Tells Its own Story" in: Moving Picture World , (6 juli 1918), pg. 50.
72/ Advertentie in: Motion Picture News , (14 september 1918), pg. 1637. Sommige recensies, die meestal door een vaste correspondent (van Pathé?) aan de bladen werden afgeleverd, waren al even ondubbelzinnig. Een scène uit Official war Review no. 4 werd aldus beschreven: "These pictures vividly show the low order of mentality of the Germans in ranks ....for they grin and nod, and bow and scrape for their warm food which to them seems to be the treat of a lifetime" (Moving Picture World, 3 augustus 1918, pg. 698).
73/ Een uitzondering werd gemaakt voor de State Council of National Defense

in Michigan en de War Preparedness Board in Californïe die de CPI films in de regio uitbrachten.

74/ "Film Division Perfects Organisation" in: Moving Picture World , (11 mei 1918), pg. 835. Zie ook: Variety, 19 april 1918, pg. 49.

75/ "Race For World's Trophy On!" in: Moving Picture World , (27 juli 1918), pg. 531.

76/ "Ashby of First National Pushing the Crusaders" in: Moving Picture World , (7 september 1918), pg. 1438-1439.

77/ Recensie in: New York Times, 30 juli 1918, pg. 9.

78/ "Next Official War Film" in: Variety , (12 juli 1918), pg. 41.

79/ "News of the Film World" in: Variety , (30 augustus 1918), pg. 36.

80/ Ramsaye, Terry, pg. 784.

81/ "World Gets 'America's Answer'"in: Motion Picture News, (21 september 1918), pg. 1839. Volgens Charles Hart nam het aantal afgesloten contracten alsgevolg van deze distributiemethode toe met 75%.

82/ "Film Division Is Appreciated" in: Motion Picture News , (23 november 1918), pg. 3052.

83/ Advertentie in: Variety , (27 december 1918), pg. 147.

84/ "Under Four Flags" in: Motion Picture News , (30 november 1918), pg. 3269.

85/ "Splendid Financial Showing For the Film Division" in: Moving Picture World , (8 maart 1919), pg. 1311.

86/ "Oppose Competition of Government" in: Moving Picture World , (21 december 1918), pg. 1336. Het CPI antwoordde op deze resolutie met het nogal retorische argument dat de organisatie niet concurreerde met de bedrijven omdat men geen eigen distributieapparaat had opgezet. De huurprijzen van de films waren bovendien, gericht op de draagkracht van de afzonderlijke bioscopen (en dit tot ergernis van de producenten?), in alle redelijkheid vastgesteld. De winsten gingen, tenslotte, direkt naar de schatkist en verlichtten aldus de kosten van iedere belastingbetaler. Zie: Variety, 27 december 1918, pg. 161. De meeste vakbladen hadden overigens een positief eindoordeel over het werk van het CPI. Zie: Billboard, 4 januari 1919, pg. 5 en Moving Picture World, 28 december 1918, pg. 1506.

87/ "Crowds Flock To Strand Opening" in: Motion Picture News , (25 april 1914), pg. 18.

88/ Billboard, 16 december 1916, pg. 49.

89/ "Seeing the Rialto with Rothapfel" in: Motion Picture News , (20 oktober 1917), pg. 2714.

90/ "Seeing the Rialto with Rothapfel" in: Motion Picture News , (29 december 1917), pg. 4520. Vergelijk het gebruik van humor in het Rialto journaal. Nadat beelden waren getoond van de Amerikaanse Marine en voordat een nieuwe reeks opnamen werd gestart, liet Rothapfel een vlucht wilde ganzen zien. Motion Picture News beschreef de psychologische waarde hiervan: ".... there was an opportunity for a let-up and a laugh before the patriotic fervor came again" (Motion Picture News, 15 juni 1918, pg. 3558).

91/ "Seeing the Rialto with Rothapfel" in: Motion Picture News , (23 februari 1918), pg. 1138.

92/ "Seeing the Rialto and Rivoli with Rothapfel" in: Motion Picture News (22 juni 1918), pg. 3698.

93/ National Archives ed., 'Subject Summary OFFICIAL WAR REVIEW no. 18' , pg. 1. Dit nummer werd kort voor de Wapenstilstand uitgebracht met als ondertitel "The Unconquerable Spirit". Zie recensie in: Moving Picture World , (9 november 1918), pg.692.

94/ National Archives ed., 'Subject Summary OFFICIAL WAR REVIEW no. 9' [augustus 1918] , pg. 1. Deze beelden werden eveneens vertoond in AMERICA'S ANSWER (spoel II).

95/ "Rothapfel On Patriotic Picture Propaganda" in: Motion Picture News , (20 juli 1918), pg. 375. Vergelijk: Billboard, 29 september 1917, pg. 3.
96/ "Rothapfel Tells of Advance of Weeklies" in: Motion Picture News , (31 augustus 1918), pg. 1374-1375.
97/ "News of the Film World" in: Variety , (9 maart 1917), pg. 20.
98/ "War Lecturers A Failure" in: Variety, (27 april 1917), pg. 20.
99/ National Archives ed., 'Title Sheet PERSHING'S CRUSADERS' , pg. 1. Zie ook: "Seeing Our Boys 'Over There'" in: Literary Digest, (8 juni 1918), pg. 28-29.
100/ Idem, pg. 2.
101/ Idem, pg. 9.
102/ Idem. pg. 11.
103/ "How Rothapfel Presented 'America's Answer'" in: Motion Picture News , (10 augustus 1918), pg. 888. Ook in grote steden als Boston werden dergelijke openingsscènes op het toneel gespeeld. Zie: Moving Picture World, 2 november 1918, pg. 616.
104/ Imperial War Museum, AMERICA'S ANSWER TO THE HUN (1918), scènes 3 - 9.
105/ National Archives ed., 'Title Sheet AMERICA'S ANSWER' , pg. 2. Vergelijk: "The sacred, shell swept soil of France ne'er answered to the tread of braver men than these" (Ibidem).
106/ Idem, pg. 7.
107/ Ibidem.
108/ Imperial War Museum, AMERICA'S ANSWER TO THE HUN (1918), scène 50. In de Amerikaanse copie werd bij vergelijkbare, weinig indrukwekkende beelden van een infanterie aanval vermeld: "A daylight raid. It may look tame to you but it is real and those great puffs of smoke just ahead are most unwelcome visitors" (Title Sheet, pg. 9).
109/ National Archives ed., 'Title Sheet AMERICA'S ANSWER', pg. 8.
110/ Imperial War Museum, AMERICA'S ANSWER TO THE HUN (1918), scène 63.
111/ National Archives ed., 'Title Sheet AMERICA'S ANSWER' , pg. 10.
112/ "How Rothapfel Presented 'America's Answer'" in: Motion Picture News (10 augustus 1918), pg. 889. Ook in THE OFFICIAL WAR REVIEW van het CPI werden met een zekere regelmaat aan het einde van de film tableaux vivants van soldaten getoond. Zie recensies in: Moving Picture World, (5 oktober 1918), pg. 122 en Idem, (19 oktober 1918), pg. 446 .

XI VERANTWOORDING

Een korte uitleg van de geraadpleegde bronnen en de gehanteerde werkwijze lijkt mij bij dit onderwerp op zijn plaats.

Deze scriptie is voornamelijk gebaseerd op de vakbladen voor de Amerikaanse amusementsindustrie. Billboard en Variety hielden zich niet alleen met film maar ook met theater, dans, zang en varieté bezig. De bladen Motion Picture News en Moving Picture World behandelden uitsluitend films. De lezer treft in deze periodieken, die wekelijks verschenen, een uitgebreide selectie van onderwerpen aan: advertenties, speciale correspondenties uit binnen - en buitenland, recensies en achtergrondsartikelen over bijvoorbeeld het gebruik van muziek in de bioscopen en de ervaringen van fotografen aan het Europese front in 1914-1918. Bovendien is gebruikgemaakt van een aantal Amerikaanse maandbladen voor de filmfan: Motion Picture Magazine, Photoplay Magazine en Picture-Play Magazine.

Na het vooronderzoek met de bladen Variety en Billboard (aanwezig op de Universiteitsbibliotheek in Amsterdam) werd de volgende algemene onderzoeksmethode geformuleerd: 1/ Welke verwachtingen werden gewekt van de nieuwsfilms over de oorlog? (advertenties en berichten van de producenten), 2/ Tot in hoeverre werden deze verwachtingen waargemaakt? (recensies en speciale artikelen in de vakpers).

Om aanvullende informatie te verzamelen ben ik op zoek gegaan naar de filmbladen. De vindplaatsen zijn niet op de hoek. Motion Picture News bevindt zich op de Stadt- und Universitätsbibliothek in Frankfurt am Main. Moving Picture World bevindt zich op het British Film Institute in Londen. Na correspondentie met deze instituten werd mij duidelijk dat helaas alleen een onderzoek ter plekke mogelijk was. Ik heb geprobeerd om in het buitenland zoveel mogelijk gebruik te maken van andere collecties. Van de Weltkriegsbücherei in Stuttgart komen: George Creel, 'How We Advertised America'; Joseph Patterson, 'The Notebook of A Neutral'; Donald Thompson, 'Donald Thompson in Russia' en Edwin Weigle, 'On Four Battlefronts with the German army'. Op het British Library in Londen is gebruikgemaakt van: Picture-Play Magazine; Photoplay Magazine; Francis Collins, 'The Cameraman'; Paul Hugon, 'Hints to Newsfilm Cameramen'; Austin Lescarboura, 'Behind the Motion Picture Screen' en Rob Wagner, 'Film Folk'. Dit zijn allen boeken die niet in Nederland aanwezig zijn en bij aanvraag moeilijk verkrijgbaar bleken te zijn. Ten aanzien van de films: op het Imperial War Museum in Londen zijn de volgende oorlogsdocumentaires bekeken: THE BATTLE OF THE SOMME (1916), THE TANKS AT THE BATTLE OF ANCRE (1917) en de CPI produktie AMERICA'S ANSWER TO THE HUN (1918)

Uit de filmvakbladen werd mij duidelijk dat de bovenstaande onderzoeksmethode bruikbaar was. Daarbij moest echter wél de nodige voorzichtigheid in acht worden gehouden. Veel artikelen in deze bladen werden namelijk geschreven door vertegenwoordigers van de filmproducenten. Dit kon in sommige gevallen een scheef getrokken beeld opleveren. De producent had er immers veel baat bij om zijn films indrukwekkender te doen voorkomen dan in werkelijkheid het geval was. Voor het nodige tegenwicht heb ik daarom gebruikgemaakt van recensies en correspondenties die liefst met vermelding van de naam van de schrijver werden afgedrukt. (De producenten leverden, vreemd genoeg, aan de vakpers eveneens recensies af). Moving Picture World en Variety waren in dit opzicht de meest bruikbare bladen.

XII BIJLAGEN

I. "STATEMENT OF PERSHING'S CRUSADERS CONTEST"

Bron: Moving Picture World, 18 september 1918, pg. 1851.

OFFICE	CONTRACTS	PERCENT.	THEATERS
Denver.....	293	49.58.	591
Minneapolis ...	504	43.30.	1164
San Fransisco .	262	30.31.	818
Indianapolis ..	165	25.42.	649
Philadelphia ..	188	25.34.	763
Chicago	581	23.28.	1379
New York	323	21.13.	1529
Louisville	101	20.96.	482
Dallas	231	19.81.	1166
New Jersey	88	19.09.	461
Des Moines	204	18.69.	1557
Pittsburgh	183	18.26.	991
Richmond	153	13.38.	994
St. Louis	75	12.18.	816
Cleveland	125	12.04.	752
Washington DC .	38	11.80.	847
Seattle	100	11.56.	866
Boston	114	10.00.	1143
New Orleans ...	31	7.87.	394

TOELICHTING

De bovenstaande tabel geeft een overzicht van de ontvangst in de bioscopen van de eerste officiele oorlogsdocumentaire PERSHING'S CRUSADERS (1918). Moving Picture World, het blad dat het onderzoek leidde, loofde de eerste prijs uit aan het distributiekantoor in Denver (Colorado) dat de film in bijna de helft van alle regionale bioscopen uitbracht (zie de middelste kolom). Opvallend zijn de nogal magere prestaties in de gebieden met een groot aantal theaters - met name New York en Chicago.(De vele bioscopen in Des Moines - niet bepaald een wereldcentrum - zijn overigens verrassend!). De oorzaak hier-

voor was waarschijnlijk van technische aard en had te maken met de clausule in de distributiecontracten die het uitbrengen van films in een gebied met veel nabijgelegen bioscopen beperkte tot het gebruik van een beperkt aantal theaters. Deze handicap werd later door het CPI verholpen toen AMERICA'S ANSWER op de markt verscheen.

Een direkte conclusie ten aanzien van regionale verschillen in publieke response is, lijkt mij, niet mogelijk. Uit de bovenstaande gegevens blijkt in ieder geval dat niet alleen in het zuiden (New Orleans) weinig contracten werden afgesloten. In een meer toegankelijk gebied als Boston met 1143 bioscopen waren de prestaties evenmin positief. De theaters in het midden westen, waaronder de winnar Denver, én aan de west kust scoorden gemiddeld zeer redelijk.

II. "HOW I GOT TO PRZEMYSL AND FILMED THE BOMBARDMENT" By John Allen Everets, American Moving Picture Photographer with the German Armies in the East.

Bron: Motion Picture Magazine, februari 1916, pg. 56-65.

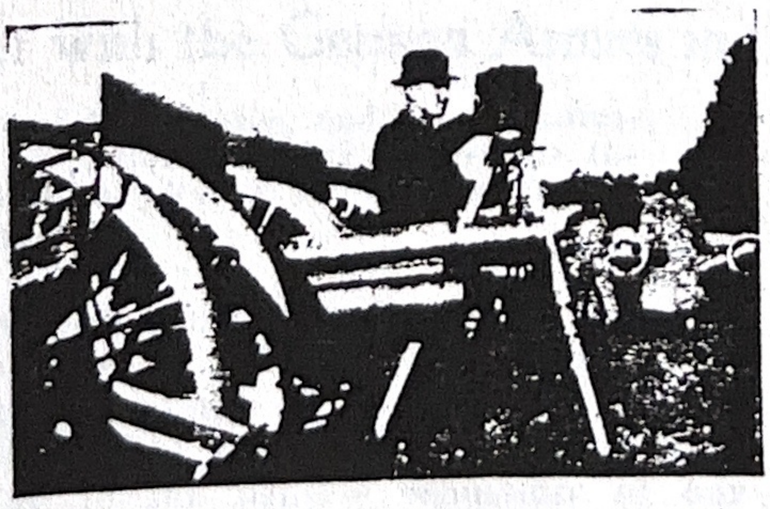
Het onderstaande artikel van John Allen Everets, cameraman voor de American Correspondent Film Company, over zijn ervaringen tijdens het Duits-Oostenrijkse offensief in Galicïe (1915), behoort tot éen van de meest bruikbare verslagen die zijn geschreven door een filmcorrespondent van de Eerste Wereld oorlog. Zijn verhaal geeft een vrij realistische indruk van de obstakels die het werk van een oorlogsfotograaf in de weg lagen.

How I Got to Przemysl and

By JOHN

American Moving Picture Photog

Mr. Everets has been continuously with
tive is a simple recital, void of all at-
perils and difficulties of the film man at
and the terrific scenes at the fall of



MR. EVERETS MAKING MOTION PICTURES

THE front was running away from me and my camera twenty kilometers a day. After several days of fretting at Thora, I finally got a chance to go with the wagon-train. A train is composed of several

PRZEMYSL AFTER THE BOMBARDMENT BY THE AUSTRIANS AND GERMANS

Filmed the Bombardment

ALLEN EVERETS

rapher with the German Armies in the East

the troops for months, and tho his narra-
tempt at graphic writing, it reveals the
the front, a picture of war conditions,
Przemysl.

staffels, and a staffel is composed of ninety or a hundred wagons, which carry enough to feed 12,000 men one day. The wagons are somewhat similar to the prairie schooners of our own western States, but smaller, and drawn by a pair of sturdy little horses. Some one has said that after the war a monument should be erected to these horses.

We started early one morning. There was plenty of time to look at the country, which was more than ordinarily pretty, the road winding its way along a little river and beside mountains clad with dark pine, ridge

upon ridge losing themselves in the dense haze. The road was dusty, the wagon rattled terribly, and it was very hot.

We arrived at what was once the pretty village of Tylawa. All was in ruins—years of work destroyed. At one point I saw a woman with two children, standing in the wreck of what had once been her home, a dejected and forlorn spectacle. Perhaps her husband was in the fight; perhaps he was dead, who knows?

We went on. One string of wagons on one side of the road kept working toward the front, another at the opposite side of the road was going away from it, and over all were clouds of choking dust. At the end of the third day it was getting on my nerves. On the fourth day, relief came in the shape of a cloud of black smoke and the sound of artillery. The Russians had tried to make a stand between Rymanov and Tylawa, and had fired the oil wells. It did not take long, and I arrived there too late to see the battle itself. The Russians had hastily thrown up a hundred rows of trenches, calculating that by falling back they could hold the Germans off for some length of time. But the German artillery upset it all. With wonderful precision, they hit trench after trench, and forced the Russians back to Tarezyn, where the Russian artillery was standing. Here the shots fell right into the batteries and caused the entire force to flee in panic. They made no further serious resistance before reaching Przemysl.

That night the horses broke loose and gave me a scare. I thought the Russians were on us with one of their dreaded and silent bayonet charges.

At the little town of Sansk, on the river San, I was again delayed. I was told I could go no further until the army commission arrived. The Russians had cleaned the town out. When I arrived I went to a restaurant to get something to eat. When I asked the waiter, a bright boy of fifteen, what there was to eat, he laughingly answered, "Nothing at all." He had been asked the same question a thousand times before, that day. I asked him what there was to drink, and got the same answer, tho he added: "If you will wait, I can make you some tea."

I stayed in Sansk three days, and grew to be very well acquainted with the boy, who was a store of information.

Finally an end came to the tedium of my progress. I had an order in my pocket, and, sitting in the back seat of an army auto, hit only the high places on my way to Przemysl, at the rate of sixty miles an hour. A year before the war started, Przemysl was practically unknown outside of Galicia; now it is a place that will go down in history. Out of Sansk the road crosses the mountain ridges, and after twenty snake-like curves, you reach the summit and get a wonderful view. Almost all the time we were passing trains of infantry and ammunition.

Later in the day we reached what had been the village of Olzany. The young lieutenant in charge stopped and studied his map, and then decided to go further. I had a suspicion that all was not right, but said nothing. Away we sped for several minutes, and then there was an explosion a hundred feet away in the field, and another one nearer the road. It was very evident that we had gone too far. To the right of us was a sheltering wood. We made for it and reached it in safety.

Here we found the battery of light artillery, and were informed that we were only two kilometers from the line of forts. I got a chance to catch some pictures of the battery as it made ready for action, and then the auto had to go back, taking the risk of being hit again. We took the road at a dangerous speed, and several times shells burst about us.

Eight kilometers from the forts, hidden behind a hill, was the Corps Kommando. Here everything was freemasonry. Every one slept in tents, and the officers' mess was in the open. Two rough tables and a desk comprised the furniture, while a

great camp-fire was the evening light. Later, a few block-houses were constructed, and a little town was springing up, when the order came to move on, and the days at Kerzcorra became a memory. General Martine and his officers treated me with the greatest courtesy, and I succeeded in getting two or three "loads" of fine film, and those two weeks are among the most enjoyable of my life.

At last, the mortars and heavy artillery, for which we had been waiting before attempting a general storm, arrived and were placed in position. This is a tedious job. First comes the bottom bed, which weighs twelve tons. then the levett, and lastly, the gun itself; the whole costing the little fortune of 6,000,000 kronen. These guns throw ten kilometers, a steel bomb that weighs 400 kilograms. It was during the placing of these guns, and while I was photographing them, that I met Captain Thihuk and Captain von Eberhardt. Captain von Eberhardt had been in America, and we had a most interesting chat that was "located" on dear old Broadway.

"What are you doing here?" he asked.

"I have a permit from the army Kommando, and I want to go to Przemysl," I answered.

"Well," he said, smiling, "that's what we all want, but we must wait a little while."

The next day I noticed that the slopes of the hills, which had been covered with troops and wagons, were being cleared. In the evening, General Martine said to me:

"If you want to see something interesting, be on your way early in the morning to Cote 404. My adjutant will tell you how to get there."

AN ARMY OF WAGONS THAT FEED TWELVE THOUSAND MEN

I could hardly sleep that night. At two o'clock I woke up and looked out. The rain poured down, so I decided to go back and sleep. Bang! The earth shook, and I awoke with a start. It was five-thirty, and the play had begun. I got on my way as quickly as I could get a wagon. The shots came at long and regular intervals. I had just reached one of the batteries, when the man at the telephone announced, "Volltreffer."

They were beginning to speed up, and I got some real pictures. The earth trembled. Leaves and branches of the trees were blown off by the pressure. Brick walls fell apart; the air was full of noise. Soon the first

THE ROAD WAS DUSTY, THE WAGONS

pieces, further forward, began to join the concert. I had no time to lose. I had to press further forward where I could see the shells fall. My nerves were trembling with excitement. Above me, some shells howled like a dog, others like a tenor in grand opera.

My way wound up a hill. I noticed another noise, much more unpleasant than any I had heard, and coming from the shells which were thrown toward us. Boom! boom! Two shells struck the road ahead of us. You could hear the devils coming thru the air, but you never knew where they were going to strike until it might be too late. Two more landed to the right of us. Every moment I expected to be hurled into the air, but at length I reached the field batteries in safety. Here the din was increased by the constant firing of fifty guns. I found an officer and succeeded in making him understand where I wanted to go. He just pointed ahead and said: "Up the hill."

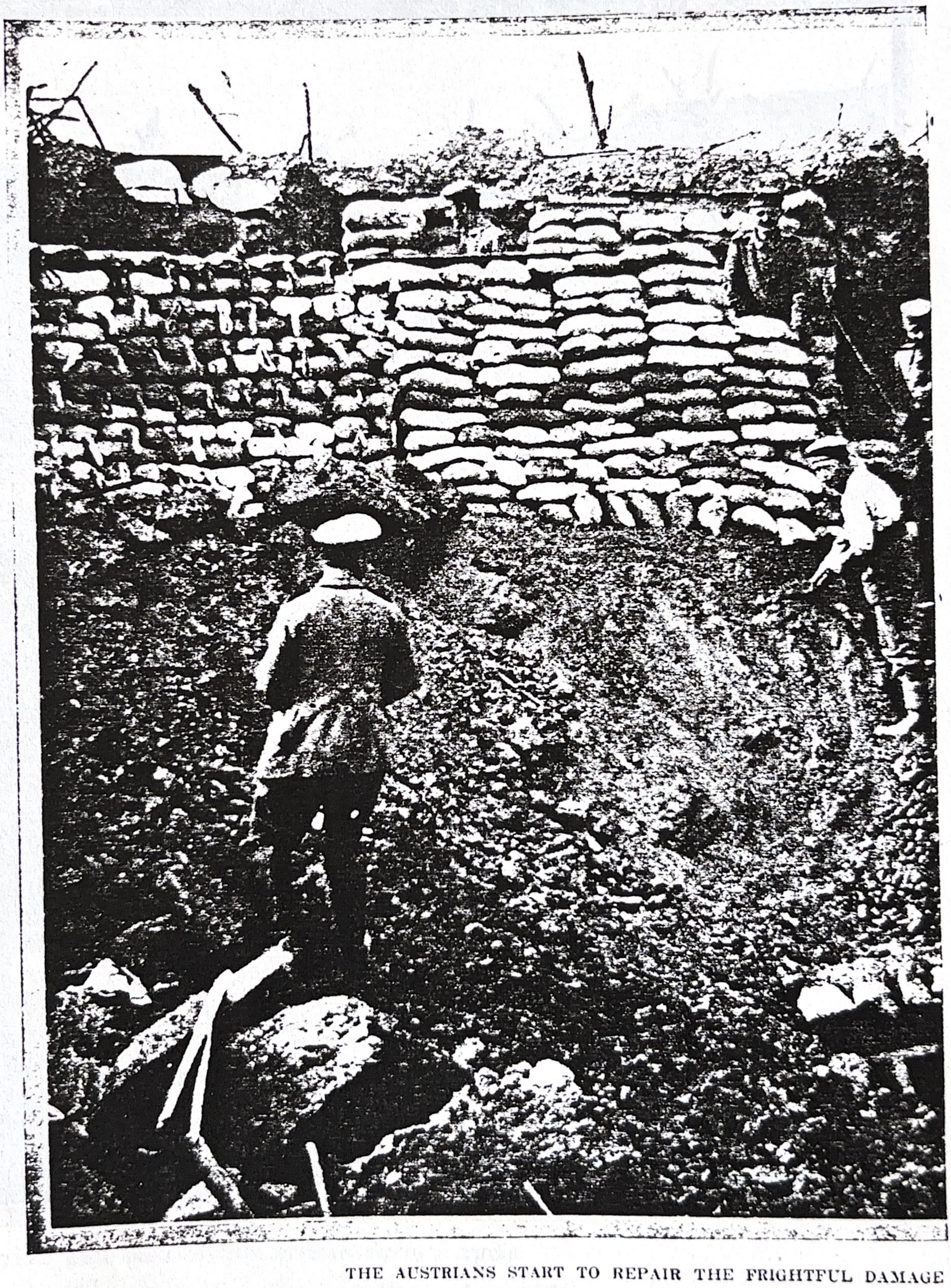
"Up the hill" seemed a million miles off and impossible to reach without being hit by the Russians, but I decided that having come so far I must go on, and I went thru barri-

RATTLED TERRIBLY, AND IT WAS VERY HOT

cades of wood, hiding myself as well as possible

I remember wondering what was to happen in the next few hours; wondering if I was to be blown to pieces. I had been under shell-fire before, and knew how useless it was to try and escape; when one hears the whizzing sound of a shell growing stronger and stronger, the only thing to do is to stand still and trust to luck. To watch a shell burst is a pretty sight, if you have nerve enough to appreciate it.

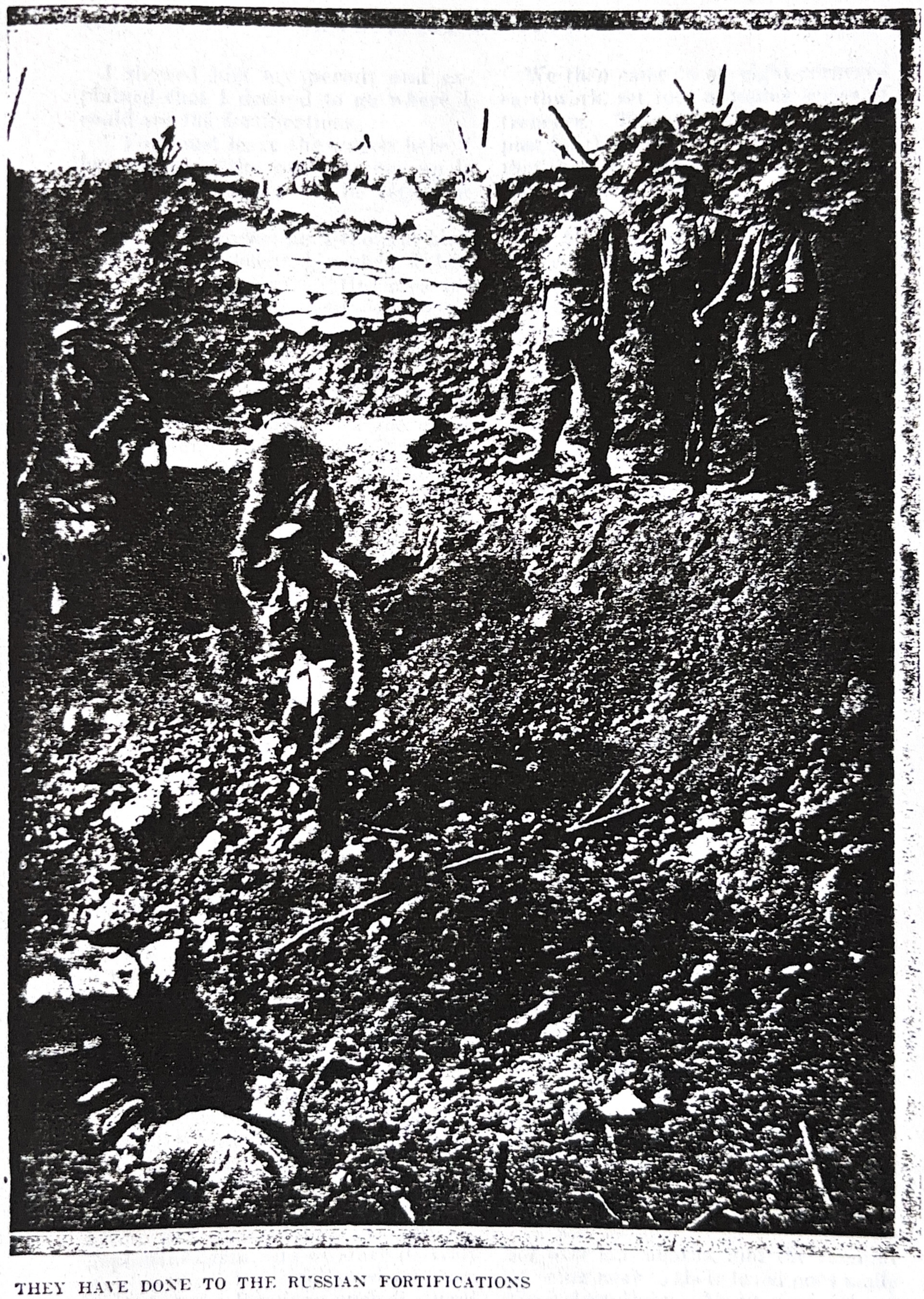
The road I followed wound zigzag up the hill. There was little to see. The mortar batteries behind me made such a noise at every shot that I thought my ears should burst. Further forward, the field batteries had raised their more feminine voices, firing salvos like the beating of a drum. To the right of the road was a valley covered with bushes. Here the Russians evidently expected to find the Austrian infantry, for shell after shell raised the earth in clouds and shrapnel made constant white spots of smoke over the tree-tops. Occasionally, a shell would come uncomfortably close, making me wince. A look at the driver, who calmly disregarded



THE AUSTRIANS START TO REPAIR THE FRIGHTFUL DAMAGE

everything except his horses, made me feel ashamed to show I was afraid.

At last, we arrived at a clump of trees in safety, where a reserve am-



THEY HAVE DONE TO THE RUSSIAN FORTIFICATIONS

munition train was standing. An officer came forward and eyed me with suspicion. "What business had I there?" "Where was I going?"

I showed him my permit and explained that I desired to go where I could see the fortifications.

"You must leave the wagon here," he ordered; "the road further up is under fire, and you will be better off walking."

Extremely consoling, I thought him, and at the moment I wished I had never seen the front. He gave me two men to help carry my apparatus, and we started. I confess I was nervous, and it did not make me any calmer to see the craters that had been thrown up in the past few minutes. The two soldiers did not come along fast enough to suit me and it seemed an eternity before we reached the crest of the first hill. At my feet, a wooded valley separated me from Cote 404, the point I wanted to reach. The Cote itself was about 500 meters away, and somewhat higher than the hill I was standing on, dominating the surroundings. It had once been overgrown with young pines, but everything alongside was cut down to give an open view to the defenders. On the crest of the hill the trees had been left standing to screen the fortifications. To the right, the forest obstructed the view to the left of the hill, steeply descending toward the river San. I caught a glimpse of the village of Krazizyn, within easy reach of the Russian batteries. The peasant inhabitants did not seem to mind the presence of warfare, but peacefully worked in the field.

I found the commander of the nearest battery, and was proceeding to tell him what I wanted, when a crash behind made me forget what I was going to ask. A Russian eighteen-centimeter shell had struck among the ammunition wagons, luckily not setting off the explosives. Other shells passed over us, and the officer winked to an under officer at my evident concern and then pointed to the hilltop before us. The soldiers took up my apparatus again, and we started. Half way to the Cote we followed an open road, but the Russians opened direct fire on us, and we had to duck into the woods.

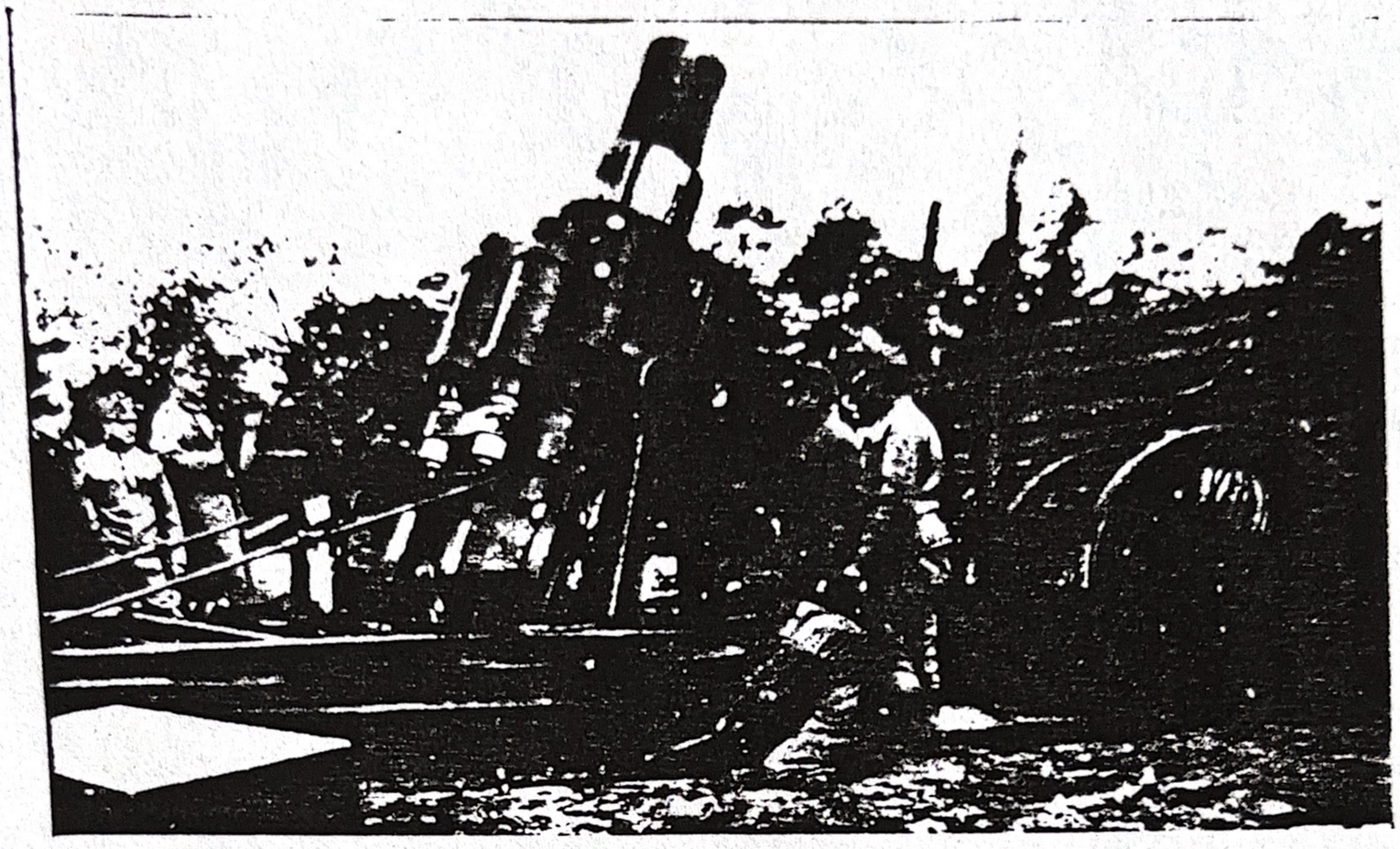
We then came to an eight-cornered earthwork, set into a double series of trenches. This was the observation post for the great mobilization of guns that had been made by the Tenth Corps Field Batteries. The huge Skoda mortars were all controlled from this little hole in the ground, where two natty Austrian artillery officers, telephones clamped to their heads, sat giving orders, while their companions peered thru range-finders, making observations and rapid calculations.

A glance at the nature of my post showed me that it was impossible for me to use my camera tripod. The only places permitting the exposure of the camera were apertures dug in the dirt wall for observation purposes. I built a crude stand of logs, and set my camera upon it, bringing the lens as close as possible to the narrow little window. The pictures were all made from Oberst-Lieutenant Rittner's observation-hole, from which he had been watching the breaking of the Austrian shells on the outer works of Przemysl. This gave me a clear, unobstructed view. For three hours I heard nothing but the ear-splitting yelps of shells, but I had a chance to make dandy pictures, and ground away until I had "shot" a thousand feet of good kodak film.

I dont think I was at all afraid when I was making the pictures; in fact, I never really realized the danger I had been in until after the fall of Przemysl and my visit to the wrecked fort.

Three o'clock the next morning the report came from the main front that the Russians were retreating. A general bustle resulted, and at six A. M. the march commenced. The soldiers had decorated themselves and their guns with leaves, and were singing merrily. Many of them had their homes in and around Przemysl. They had had no news from their families for over six months, and the thought of being near to their loved ones made their sleep light. About noon we got into the town.

It was a pretty place, with quaint



THE GREAT TWELVE-INCH GUNS READY FOR ACTION

old houses, mixed with modern architecture. The streets are shaded by trees, and an old castle stands proudly on a hill in the southern part of the city. The river San floats placidly thru the whole, dividing the town. If it were not for the wrecked bridges, one would hardly know that for nine months this place had been the center of war. The town itself is hardly damaged, and the forts are so many miles away that one could not see that it was fortified. I visited some of the forts—horrible sights. The dead lay in heaps. The men had tried to get their guns away, but had been caught in a rain of iron that had torn craters twenty meters wide in the landscape and scattered death everywhere.

Abou Ben Film Fan

(Apologies to Leigh Hunt)

By E. W. TEITZEL

Abou Ben Film Fan (may his family grow!)
Awoke one night, after a movie show,
And saw, beside the window of his room,
In bright spotlight that threw all else in gloom,

A vision writing in a book of jade:
The nightly thrills made Abou unafraid,
So to the vision in the room he said,
"You writin' a scenario?" The vision raised its head

And solemnly replied, "Nay, nay, bold man:
I here jot down each model movie fan."
"Of course *I'm* there," said Abou. "Nay, not so."
"Write, then, when on the screen," said Abou, low,
"A lover fond saluteth his fair miss,
I never make a noise like a kiss."

The vision wrote and vanished. The next night
It came again in the selfsame spotlight,
And on the list of those who behaved best
Abou Ben Film Fan's name led all the rest.

De Europese Oorlog in Beeld
De Eerste Wereldoorlog en de Amerikaanse nieuwsfilm, 1914-1918

Shooting the Great War. The First World War and the American news film, 1914-1918

Master of Arts Thesis in History, University of Utrecht (1988)
Ron van Dopperen

Ron van Dopperen studied history at the University of Utrecht, Holland, where he wrote his Master of Arts Thesis on the American World War I news films (1988). He now works as a communication advisor for the Dutch government. Correspondence to rjvan@telfort.nl

CONTENTS

1. Introduction, page 1
2. The early years of the American news film, page 3
3. "Cashing in On Europe's War – film business response to the outbreak of the war, page 12
4. The American film correspondent in Europe, 1914-1917
   - 4.1. Introduction, page 16
   - 4.2. The news reels, page 17
     - 4.2.1. General introduction, page 17
     - 4.2.2. Universal Animated Weekly, page 19
     - 4.2.3. Pathé Weekly, page 21
     - 4.2.4. Hearst-Selig News Pictorial, page 24
     - 4.2.5. Conclusion, page 27
   - 4.3. The Chicago Tribune, page 29
   - 4.4. The American Correspondent Film Company, page 37
5. Donald C. Thompson: A Freelance "Star" Cameraman, page 44
6. European Film Propaganda in Neutral America, page 55
   - 6.1. Introduction, page 55
   - 6.2. The official Austro-German films, page 56
   - 6.3. The official Allied films, page 58
   - 6.4. Conclusion, page 61
7. "Mobilize the Movies!" The official news film in war time, 1917-1918, page 63
   - 7.1 Introduction, page 63
   - 7.2. The film reaction to American intervention, page 64
   - 7.3. The photographers of the US Signal Corps, page 67
   - 7.4. The Committee on Public Information sells a war, page 72
   - 7.5. The screenings of the official war films, page 81
   - 7.6. Conclusion, page 86
8. General conclusion, page 87
9. Literature, page 89

10. Endnotes, page 93
11. Research background information, page 111
12. Appendixes, page 113

CHAPTER 2 (FRAGMENT)

The early years of the American news film

The relation of the movies with the press

The content of the early American news films wasn't only decided by the producers. An important influence also came from the press. Until about 1913, the American press usually kept apart from the movie business. When they did publish about the pictures there were usually some high-brow words of criticism. However, the film productions began to change. Gone were the days of the Nickelodeons, when films were associated with cheap entertainment. A new generation of film makers had emerged – headed by directors such as D.W. Griffith – who introduced a more modern way of film directing and producing. Movies were becoming respectable for a broad audience. And it was the American press that contributed to this development. The motives for joining forces with the film business were chiefly financial.

Edward A. McManus was in 1912 responsible for the promotion of the magazine *The Ladies World.* This publication was part of the press concern of Hearst. McManus probably was the first to use a novel idea: a combined edition of a story line and a film version. The publicity in the paper, combined with the use of stills from the film, worked well. To make to film theatres a place ladies shouldn't be ashamed of to enter, the magazine published stories such as "The Photoplay, an Entertainment and Occupation." (1)

This publicity drive soon found a response with competitors of Hearst, like *The Chicago Tribune*. Feedback from the film companies also was positive. In April 1914, Universal started a film series in collaboration with *The Chicago Herald*. This was followed by a coproduction between the Hearst papers and Pathé. (2) Remarkable was that these co-productions soon also started in the news film business. In the autumn of 1911, Edgar B. Hatrick – head of the photographic department of the Hearst Press – had suggested to start a news reel. At first, the paper made a film about the inauguration of President Wilson. Then Hatrick contacted William Selig, a film producer from Chicago who had made news reels since 1903. (3) The result was THE HEARST-SELIG NEWS PICTORIAL that reached the screens in March 1914. The introduction in *Motion Picture News* was sensational: "Battles, riots, wrecks, massacres, holocausts, - in fact, happenings all over the world will be the subject matter of this weekly." (4)

Was THE HEARST SELIG-NEWS PICTORIAL the first news reel coproduction with an American newspaper? According to Jacob Loeb – director of the ITEM ANIMATED WEEKLY in New Orleans – his company deserved this honour. The news reel worked together with the local news paper, the Item, and the first release was in the theatres at the end of March 1914. Loeb told *Motion Picture News* in unmistakable words that this project was purely for publicity reasons. The news reel company received information from the press. Also, the films were advertised free of charge in the local paper. As a return favour, the name of the news paper was shown prominently on screen. (5)

In 1914, new productions such as THE ITEM ANIMATED WEEKLY were to be found all over the American film business. For instance, The St. Louis Star started in July 1914 a news reel

hat was shown under its own name. (6) The Times, also from St. Louis, closed a deal with Pathé; this company dealed with film production in four southern states. The newspaper ran stories on Pathé productions and also showed the newsreel under its own name. (7) Encouraged by the financial reward from these co productions more newspapers entered the film business. The Detroit Journal started publishing about the movies from April 1914. In the theatres appeared slides with advertisements for The Detroit Journal. (8) An evening paper in Connecticut started a series of articles with the promising headings: "Read the Stories First, Then See the Pictures". The film exhibitors promised that in return for this publicity they would advertise in the newspaper. (9). Finally, The Times Leader was quoted in *Motion Picture News*, saying that after the success of a news reel, they would "help the pictures as best as they can." (10).

What were the results of this growing cooperation between the film companies and the newspapers? As mentioned before, the papers helped to change the public image of the films as a respectable form of entertainment. However, this was not out of idealistic reasons but because of the commercial opportunities available. Often, the newspapers weren't interested to run a critical review about a film that was shown, because they had an invested interest in the local theatres and movie shows. *Moving Picture World* followed this development with mixed feelings. The paper was glad to see the growth of publicity for the pictures, but doubted if the regular newspapers were the proper media for this. (11). *Variety* was openly critical: editorials in these newspapers that collaborated with the film business were solely written to acquire advertisements. This way, the papers could earn up to a $ 1000,- per page. "The publishers are now saying: 'The public seems to like the treat, and if so, why not give them what they want?' (12)

CHAPTER 4.2.4 (FRAGMENT)

The Hearst-Selig News Pictorial

As described in Chapter 2, The Hearst-Selig News Pictorial was a combination of film producer Selig from Chicago and the press concern of William Randolph Hearst. A major advantage of this news reel was the amount of publicity given by the Hearst press. A second reason for the advantages of The Hearst-Selig News Pictorial was its international character. Grinding behind the camera, the newsreel had photographers from many different countries. (1).

The Hearst Press was during the First World War responsible for the production of these news films. This was different with Pathé, a company that shifted from production to film distribution. On December 1916, Pathé decided to stop with the production of its own Pathé news reel and from then on focused on the exploitation (editing, subtitles and distribution) of the Hearst news pictures. (2). As a matter of fact, the press concern of Hearst was the driving force behind the most productive newsreel company in America during 1914-1917. These news pictures are also remarkable, because of their relatively fast coverage of the war in Europe and some unique scenes that were captured from the war zones.

When war broke out, The Hearst-Selig News Pictorial brought to the screen a fair amount of pictures from Europe. Photographers of this news reel company were present, both with the Belgian and the German Army. J.C. Bee Mason, a British cameraman, followed the Belgian army during six weeks. (3) Mason told the trade press of the suspicion about spies in Belgium and the distrust that arose when people saw him working with his film camera. In

Holland, these feelings were even stronger than in Belgium. In Groningen, where he was taking pictures of prisoners of war, he was constantly followed by a policeman. (4)
He worked with an Aeroscope camera – a model that was compact and not as cumbersome as the standard tripod camera's. To make sure the pictures were clear and steady he sometimes strapped his camera at the trunk of a tree. Mason was particularly proud of a scene he shot of German soldiers marching by, which was taken from the top of a telegraph pole. The pictures of the Great War generally have a static look and feel, because of the heavy camera equipment and the lack of a zoom lens. Shots like the ones taken by Mason made these scenes make stand apart. (5).

On September 28, 1914, The Hearst-Selig News Pictorial showed the first pictures of the German capture of Brussels. The cameraman who had shot these films had received a permit from the Germans to enter Belgium. Considering the circumstances, this was a remarkable achievement for the newsreel company. The film publicity gave a positive image of the Germans: "These films showed more than the marvellous equipment of the German troopers – they were the evidence of the strikingly excellent morale of the Kaisers's soldiers who, as they passed the camera, laughed, smiled, joked and waved their hands in greeting."(6)

On September 3, 1914, the newsreel reported the latest news of the Belgian defence against the German invasion, with pictures of King Albert, taking leave of the Ninth Regiment that was later destroyed at Liege. At Waelhelm, near Antwerp, the newsreel shows how the Begians are digging in to face the enemy and how they destroy houses that block their own artillery fire (News Pictorial, no. 56). Again, The Hearst-Selig News Pictorial also was among the first to report from Germany with pictures of the mobilisation and a cheering crowd in front of the Kaiser's Palace. (56). The pictures were shown about three weeks after the actual events took place. Nowadays, this seems to be slow. In 1914, considering the problems in communication and transatlantic voyages, these results are actually very good.

Most American newsreels show from 1915 a gradual decrease of war pictures. Not so with the Hearst-Selig News Pictorial which kept supplying the theatres with footage. At the end of 1914, cameraman A.E. Wallace left for Berlin. From the Germans he received several letters of recommendation and he also got a warm welcome from the Kaiser. Wallace wrote an impressive letter, describing the problems and hardships of the life of a film correspondent at the front: "On several occasions my camera was mistaken for a new sort of rapid-fire gun, and it became necessary to instruct the new levies as to just what a motion picture camera was for. Notwithstanding this fact, the camera seems yet a shining mark for many sharp shooters. Two of my camera's have been rendered useless by shot and shell." (7)

The Hearst-Selig News Pictorial focused mainly on the German side of the war. The personal opinions of Hearst, who was pro-German, may have had something to do with this angle on the news. Film producer William Selig also favoured the German cause In the war. In a special zoo of the Selig Polyscope Company – an ideal place for publicity stunts – Selig organised a picnic; the receipts were to go to a fund for wounded German and Austrian soldiers. (8)

Despite of the ongoing flow of war pictures, the scenes from the Hearst-Selig Pictorial gave a fragmentary and rather superficial impression of military events. This is shown for instance from a synopsis of The Hearst-Selig News Pictorial no. 24 (March 1915): "Polimow, Russian Poland – Troops of the Kaiser swing away toward the line where fighting is reaching Warsaw; Leidenburg, East Prussia – Steaming food served from a field kitchen at the front cheers the Kaiser's troops at the east front; Lowicz – Russian Poland: German soldiers and the East Front have adapted Russian habit of drinking tea." (9)

The newsreel contained much better pictures in 1916, when the film propaganda of the Austrian Empire started paying off. This pattern was similar to the work of The Chicago Tribune. Cameraman Edwin Weigle tried on two separate occasions to film the Germans at the front. In 1915, the Austrians – not the Germans - gave him the help he wanted. The Chicago Tribune wasn't the only company that benefitted from the Austrian support. In 1915, the American Correspondent Film Company used the services of an Austrian cameraman, together with the American photographer Dawson, and this company also had a film contract with the Austrian authorities.

One of the most striking discoveries that I made in my research has been the way the Austrians discovered the propaganda value of war pictures. For many officers in the military forces in Europe, films were at this time regarded as a cheap sort of entertainment. Count Alexander Kolowrat of the Austrian Army thought otherwise. This aristocrat from Vienna was much interested in films, already before the outbreak of war. After he had met Charles Pathé he started his own film company in March 1914. At the beginning of the war he used his connections and experience to get himself at a position at the Austrian Department of War where he could start a special department of film propaganda. (10).

At first, a group of eight civilian photographers was attached to the Austrian army. The amount of war footage grew quickly and on February 2, 1915, Kolowrat opened a military film archive. This gave him the opportunity to supply film correspondents from neutral countries with the pictures they wanted. The *Photographische Korrespondenz* reported that all film contracts with foreign photographers contained an agreement that they were obliged to buy at least sixty copies of all the supplied footage. (11) According to Barkhausen, the Austrians used methods which were much more flexible and effective in their dealings with foreign film correspondents. In Germany, the General Staff as a rule only permitted reliable German correspondents at the front. (12)

To the annoyance of the Germans, the Austrian film campaign headed by Kolowrat was particularly effective in the Balkans, where war films were shown for free in Bulgaria and Turkey. To counteract this campaign, the Germans gave permission to the American cameraman Nelson E. Edwards of the *Hearst- Selig News Pictorial* to visit the Balkan front. The amount of freedom he was given by the Germans to film the war was remarkable. Edwards was probably the first foreign cameraman who was allowed to film the German fleet at Wilhemshaven and Kiel. Edward claimed he was there on May 31, 1916 – shortly after the Battle of Jutland. (13)

The most interesting films by Edwards came from Turkey. In this footage – judging by the trade reports – there was frequent attention to the failed attempt by the Allies to open a new front at the Dardanelles. The defence of Gallipoli against the landings of the Anzacs and the British was in Edward's film explained as a prove of the strength of the German Army. A good example comes from *The Billboard*: "When Turkey entered the great war the Sick Man of Europe was not taken seriously by any of the students of the conflict. Turkey was supposed to be hopelessly corrupt. Then came Liman von Sanders, Teuton, and reorganized this half-hearted and dissatisfied fighting force. With the assistance of German army officers, German equipment and German efficiency methods he accomplished the impossible, and from a horde of disgruntled renegades made of the Ottoman forces, a powerful and efficient unit, as witness the defence of the Dardanelles." (14)

As Edwards and the Hearst-Selig News Pictorial showed: the Germans had saved the Turkish army from defeat. It was a message that fitted it nicely with the film propaganda attempt by the Germans which was to show that reluctant allies of the Central Powers in the Balkan should think twice about changing sides. Despite of the propaganda, Edwards films were among the best produced by the Hearst-Selig news reel combination.

CHAPTER 4.3

Edwin Weigle and The Chicago *Tribune*

Introduction

The American press played an important role in the production and exhibition of World War I documentary films. As described in Chapter II, from 1914 a growing number of newspapers closed a deal with newsreel companies. The intention was to increase the circulation of the newspapers and to give a boost to the publicity campaigns. The film companies also enjoyed a substantial advantage. They welcomed the free publicity generated by the papers for these news films.

The trade paper *Variety* watched this development with an unmistakable sense of distrust. The reviews in this magazine give us some useful information about the way World War I documentary pictures were exploited by the newspaper companies.

In January 1915, THE NEW EVENING YORK SUN showed a documentary on the European War. "The War takes place right before your eyes!", promised the newspaper (1). In Carnegie Hall at New Years Day fifty people were watching that film. They were not impressed. Reel IV promised to show the bombardment of Oostende (Belgium) but the audience only saw a foggy image. Later on, a title introduced the destruction of a bridge: fifteen trains, packed with soldiers, were about to fall into the river. The picture showed nothing of the sort, only a broken bridge. As a result, more and more people watching the film left their seats before the show was finished. Soon the exhibition of THE NEW YORK EVENING SUN WAR PICTURES was at an end (2)

The NEW YORK EVENING SUN WAR PICTURES were, according to *Variety*, not only a commercial disaster. They were also a fraud. The films were taken from Europe by P.P. Craft (Apex Film Company) and sold to Universal for their news pictorial. Later, Craft sold the very same pictures to the press, so that they could advertise these as having been made by their own correspondents. In 1918, H.H. Van Loan - a screen writer for Universal – confirmed this account in *Motion Picture Magazine*. According to Van Loan, Craft had come to Universal with an impressive story, telling the studio how he had secured these war pictures with an official approval of the military authorities. A preview at the studio however showed that these films were for the most part taken way back from the front line. And many scenes were shot before the outbreak of war, such as images of a parade at Potsdam, Germany. Universal didn't buy these pictures, because a military expert hired by the studio was there to check the film. He warned the Universal people and they turned the offer down. (3)

The NEW YORK EVENING SUN wasn't the only newspaper in the United States engaging in a misleading representation of the Great War. At the beginning of 1916, under the auspices of newspapers such as the Buffalo Times and the Minneapolis Tribune, GERMANY ON THE FIRING LINE was on the silver screen. The name of this picture varied from town to town. At New York it was called the EVENING GLOBE'S 'GERMANY AT THE FIRING LINE'. In *Motion Picture News* the producer announced this movie as the first and only 'official German war film'. Not to be outdone, 106 military cameramen had supposedly filmed this production. (4). *Variety* again wasn't impressed. The most interesting part of the film, the reviewer said, were the subtitles. At the start, the audience was promised they would see actual pictures from the battlefields in Europe. Next, they saw soldiers being mobilized – wearing parade uniforms they could only have worn before the outbreak of war. (5) There is

little doubt that this film is as poor as the NEW YORK EVENING SUN WAR PICTURES. But that didn't stop the US newspapers - who had exclusive rights - from showing these films, eager as they were to profit from the public demand for official war pictures.

News on print and film: The Chicago Tribune

In 1914-1915 probably the most prominent American newspaper securing film news about the Great War was The Chicago Tribune. Not only did The Chicago Tribune show the films under its own name. The Tribune – and this made this newspaper special – also produced these war documentaries. Staff photographer Edwin F. Weigle filmed ON BELGIAN BATTLEFIELDS (1914) and THE GERMAN SIDE OF THE WAR (1915).

The Chicago Tribune, incorporated in 1847, was from the start a daily newspaper that – as a family enterprise - followed into the footsteps of its founding father: Joseph Medill. Under his personal direction, The Tribune started off as a newspaper that was clearly on the side of the Republican Party. In these early years and especially after the Civil War The Chicago Tribune voiced a strong criticism against the major US railroad companies and grain producers. Trust-busting was a slogan that guided the editorial policy. As a result, the newspaper positioned itself as a defender of the interests of the small American business men of the Mid-West.

Despite of this conservative attitude the newspaper was soon obliged to give in to a more sensational editorial approach. This became clear in 1900, when a competitor arrived on the scene: The Chicago American, the latest off spring of William Randolph Hearst. A fierce "battle" between these two newspapers was the result. In 1912, newspaper boys - who later in their career were employed by Al Capone - fought the streets of Chicago. The most important weapon that was used by The Chicago Tribune in these competitive days was the Sunday Edition. For the regular daily newspaper editions the Tribune could count on a circulation of 230,000 issues. During the weekend circulation climbed up to 304,000 sold copies (6).

The man responsible for this success was Joseph M. Patterson, chief-editor and director of The Tribune Company. He turned the weekend paper into a popular magazine with subjects such as sports, fashion, comics and the like. He arrived at the peak of his success in 1913, when he introduced a series of movies in collaboration with producer William Selig: THE ADVENTURES OF KATHLYN. According to Terry Ramsaye, this serial generated such a wide popular attraction that The Tribune's circulation grew by 35,000 extra copies. Said Ramsaye: "The Tribune had grown to dignity and glory on appeal to the upper classes, now it was out to take the volume off the bottom where the volume always is."(7)

Competition brought The Chicago Tribune into the film business. It was a war that caused this newspaper to start its own film production. In April 1914, Edwin Weigle was at hand to go to Mexico and film - with a borrowed camera - the attack of the US Marines at Vera Cruz. These war pictures were something completely new for the audience and for the Chicago newspaper; encouraged by these films and their publicity value the Tribune started producing an independent line of documentary films. Before the start of the European War, the newspaper clearly was ready for more. The Tribune discovered that films had a distinct commercial interest, especially if they could count on the cooperation of their own "star" film correspondent Weigle to bring back the news for the screen.

When in that remarkable summer of 1914 war broke out, The Chicago Tribune immediately decided to send a group of reporters to Europe. Weigle begged his employers to go along. Apparently, he had a romantic idea of what modern war would be like. "I wanted to be where shells were flying. I wanted to move with the men who were exemplifying the highest ideals

of loyalty and patriotism."(8). Besides, he thought, wouldn't he share some of this glory if he could record this historical war on film? As it turned out, Edwin Weigle was indeed a resourceful and daring camera man. And for The Chicago Tribune he was the right man at the right place.

From Germany to the Belgian front

On August 11, 1914, Weigle left the United States together with Joseph Patterson. In his steamer trunk there were two Kodak photo camera's, film footage for three hours playing time and one cinema camera which was probably a Pathé model (9). Their destination was Berlin. In Germany both men hoped to secure the necessary papers to accompany the German army in Belgium. Although Patterson was arrested in Westphalia the Americans arrived with high hopes in the German capital. For ten days they visited with the help of the American ambassador the German authorities to get their military permit. But the Germans simply wouldn't cooperate. Even Weigle's application for a pass to film some scenes in the streets of Berlin was denied. Because of their foreign appearance the two Americans were eyed on by the Germans with a unmistakable feeling of distrust. Especially Weigle's camera triggered the fear that he could be a spy. Because he was a photographer Edwin Weigle was not allowed to join a group of correspondents who visited the forts of Liege, that the German Army had recently taken. (10)

Weigle found out that it wasn't useful to stay in Germany. On September 3, he left for Holland. At the American embassy in The Hague he received a visa for Belgium. As an extra precaution, according to Weigle, he got a 'special pass' that stated a was a messenger for the US government. The American wanted to get to Antwerp, the city that was at that time the military centre of the Belgium resistance. Just across the border at Capellen, the Belgian frontier guards noticed his camera equipment. Once again, the authorities suspected the American could be a spy and all his camera's were confiscated. Weigle showed them his special pass and promised the guards that they could seal all equipment in a trunk, which was probably a good excuse to get himself out of a sticky situation. He also promised he would report at military headquarters, but then went straight for the station at Antwerp. This way he reached his final destination, together with all his photographic stuff.

At Antwerp, Weigle met Sherman – the American vice-consul – and he told him about his picture plans. There was no way he could accompany the Belgian army, said Sherman, they wouldn't allow any photographers at the front. Back at the hotel, a clever thought came to Weigle that could provide him with an answer: "It was big; it was a good chance. I exulted at the thought. It was this: I would offer the Belgian Red Cross 50% of the proceeds from my motion pictures, if I could get a pass."(11)

His pass was finally signed by De Guise, the Chief of the Belgian Military Staff. This gave him access to film in the city of Antwerp. After September 14, in an additional contract that was closed by Patterson with the Red Cross, Weigle's permit was changed so that he could work in the whole of Belgium. The Red Cross also supplied the two Americans with a car and driver. On the whole, The Chicago Tribune benefited substantially from this deal. The connection with the Red Cross gave The Tribune some useful privileges and access to the war zone. Even more important was the publicity value: it gave Weigle's film work an official character.

From Antwerp, the Americans visited the front line on several occasions. Weigle filmed the burning houses at Aalst and the inundated area of Lièrre. According to Weigle, his first pictures of actual combat were filmed near Termonde. He had placed his motion picture camera in an abandoned house, about 200 meters from the Belgian line, when suddenly the Germans opened fire. The Belgians retreated under a hail of bullets. Patterson, who usually carried the heavy film equipment, urged Weigle to dump the tripod camera in a ditch. Said

Weigle: "I kept on taking motion pictures until the Germans were too close for safety. I then followed after the Belgians." (12)

For two weeks the Americans were able to use their special permit. Then, on October 2, 1914, Patterson got arrested. He was released within two days, but the official pass wasn't given back. For Patterson, this was the appropriate moment to leave Belgium with his precious collection of war footage. Edwin Weigle stayed in Antwerp long enough to witness the bombardment of that city by the Germans. Together with cameraman Donald Thompson and the Dutch vice-consul he stayed in a cellar for twelve hours, while the house above them was shelled. After the bombardment the house had practically vanished. While the Germans were closing in on the city, Weigle shot some additional footage from the roof of hotel Queen: a sun set over burning Antwerp and the stream of refugees on the pontoon bridge across the river Schelde. Unfortunately for Weigle a German officer confiscated these pictures a day later. Weigle then left for Holland and embarked for the United States. On October 25, 1914, he was back in Chicago.

"On Belgian Battlefields"

The Chicago Tribune had ambitious plans with Weigle's films which were titled ON BELGIAN BATTLEFIELDS. In a four page advertisement for *Moving Picture World* the film was announced as follows: "The Chicago Tribune's Only Authentic European War Pictures. Four reels of ACTUAL FIGHTING on the bloody battlefields of Belgium – 4,000 feet of the European War at its worst, showing homes being blown up, soldiers being killed, cities being burnt, and the dead being picked up from the battlefields." (13). The film premiered in Chicago at the Studebaker Theatre on November 14, 1914. (14). In the trade press, the exhibitor at the Studebaker's said he was surprised by the success of the Chicago Tribune's war pictures. On December 5, it was announced that the exhibition would be prolonged for another week. (15). Distribution of this film also apparently went well. The Central Film Company, which owned the distribution rights, announced on November 19, 1914, that Ohio had brought in $ 10,000. New York, New Jersey and Pennsylvania generated another $ 25,000 (16).

In New York ON BELGIAN BATTELFIELDS was screened for an exhibitor's preview. *Variety* reported that the film was received with somewhat lukewarm feelings. Most of the scenes looked like the familiar newsreel pictures: wrecked buildings, inspections near the front, refugees fleeing from the front line and the like. Even though the reviewer found no reason to suppose scenes had been reconstructed for the camera, the overwhelming impression was that this movie looked "fakey". (17) The disappointment of the film trade people had several reasons. At least one of them was the blazing publicity given to Weigle's film by the Tribune's copy writers. According to *Variety*, scenes of combat were extremely limited. In one particular sequence the audience saw a group of Belgian soldiers in the trenches near Malines, while under fire. Some of the wounded were seen being replaced by new soldiers. "Mere scenes of unpeopled wreck are rather disappointing when one's expectations have been aroused to the point of looking for a visualisation of war's actual clash and conflict." (18) The name of The Chicago Tribune ("The Greatest Newspaper in the World") appeared frequently in this film. Therefore, as far as *Variety* was concerned, the film was mainly a publicity drive for The Chicago Tribune.

The Library of Congress archives indicate that ON BELGIAN BATTLEFIELDS was released in America with 196 copies (19). For one of the first war documentaries exhibited in the United States this was a remarkable success. What may have been the reasons for this, apart from the publicity given to this production? First, the film had an official "stamp" which was prominent in the Tribune's advertisements. A lot of attention was given to Patterson's contract with the Belgian Red Cross. In one of them, Van Langermeesch – the head of the Red Cross – was even described as representing the Belgian military authorities. Apparently,

The Chicago Tribune had exclusive right to shoot the Great War in Belgium: "The undersigned of the first party [The Red Cross] agrees to grant to no one his authorisation to take cinematographic views of theatre of war. (20). Even assuming this was actually part of the deal – which can reasonably be doubted – there were in fact several photographers active at the same time in Belgium and they all had a permit at hand. A striking example is Donald C. Thompson who filmed the British retreat at Mons and the operations of the Belgian Army. Present at Antwerp during the siege of that city was also J.M. Downie, a camera man for Universal, who received support from the Belgian military authorities. (21). Be that as it may, The Chicago Tribune had one major advantage. By closing this contract with the Belgian Red Cross, the company showed that the film was unquestionably authentic. Given so many 'actual' war pictures that were faked or revamped, this was indeed a substantial asset.

Even more importantly, the film supported a popular cause. In the early days of World War I there was with many Americans a great deal of sympathy for "poor little Belgium", the neutral country that had been brutally overrun by the German Army. Wasn't it the German Chancellor who at the outbreak of war had declared that Belgian neutrality was merely a piece of paper? This made many people in the United States think twice about the tragic fate of Belgium and the need to keep the US out of the European War. All together The Chicago Tribune collected $ 20.540,- for the Belgian Red Cross. The Belgian consul in Chicago declared that the exhibition of ON BELGIAN BATTLEFIELDS was an important factor in winning the hearts of the Chicago people for his country. This had been worth so much more than the money. (22).

Anyone who thinks that Joseph Patterson – the director of ON BELGIAN BATTLEFIELDS – was sincere in his intentions to support the cause of Belgium is in for a nasty surprise. In "The Notebook of A Neutral" (1915) Patterson describes his personal feelings about the European War. There was little room for compassion in his steely view on foreign affairs. 'My Country, Right or Wrong!', was his motto. Patterson was a great fan of Bismarck and he openly admired the German talent for discipline and organisation. Because of the military supplies to England however the United States had estranged itself from the Central Powers. Therefore, national interest dictated the following policy : "So let us choose England and sit tight in our hemisphere and make more money." (23) As far as 'Poor Little Belgium' was concerned: in Patterson's vision of power play this country should be put under permanent military control of France.

With The Camera at the Eastern Front

On February 7, 1915, Edwin Weigle left America for his second trip to the European war zone. This time he wanted to film the German side of the war. After having been detained by the British authorities because of a letter of recommendation by the German ambassador in Washington, Weigle finally reached Berlin on March 5th. Like the year before he received little cooperation from the Germans. They were courteous for sure – Weigle was guest of honour at a diner of Lloyd's. But after one month there was still no permission to accompany the German Army. He finally saw a way out with the Austrians who were much more open to the thought of allowing film correspondents at the front. Similar to the deal that he struck in Belgium, Weigle now signed a contract promising to give half the receipts of the new film to the Austro-German Crippled Soldiers Fund. (24)

Despite of a short stay near St. Quentin on May 5, 1915, Weigle soon shifted his cinema work to the Eastern Front. He followed the advance of the Central Powers through Poland where the Russian Army was driven back by a successful pincer movement. Weigle filmed the siege of Przemysl and captured pictures there with a special long lens of the artillery bombardment. As he recalled in his book about his war experiences, Weigle received a warm cooperation from the Austrians. From the archives in Vienna he got footage of the

siege guns in action, the mobilisation at the outbreak of war and even some pictures of the German Kaiser Wilhelm II. (25). He also was free to film the Austrian campaign in the mountains of Tirol. All footage was checked by the censors before Weigle left Europe. He arrived back in America on August 3, 1915.

The Chicago Tribune's second feature film was released as THE GERMAN SIDE OF THE WAR. Weigle was responsible for most of the footage, but into this film were also edited scenes that had been shot by Donald Thompson while he was with the German Army. These films had been shown by Thompson himself in Chicago in February, 1915, during a lecture tour. The Tribune Company – that owned all rights on this footage – later incorporated this into Weigle's film. (26). In *Moving Picture World*, The Tribune announced a reward of $ 1000,- because of a cheap imitation that had been released under the same name. This probably was a publicity stunt. According to the advertisement, the film would also be of interest to the pro-Allied public, because it showed the impressive war machine of the Teutonic enemy. (27).

The premiere of THE GERMAN SIDE OF THE WAR on September 20, 1915, at New York was a huge success. Because the billboards near the theatre had suggested this show would be a one-day only presentation, more than 5,000 people had gathered at 44th Street Theatre. *The New York Times* reported it looked like all German-Americans had assembled to see this film. It took thirty police men to keep order. Weigle's film resulted in a record number of visitors for 44th Street Theatre: 8,555 persons on a single day. That first day only the film was shown in eight runs. Receipts for the first week were € 14,972,- (28). THE GERMAN SIDE OF THE WAR was released with an impressive number of 331 copies. (29)

Despite of the commercial success *Variety* and *The New York Times* remained critical about the film. The *NY Times* – a pro-Allied newspaper – ridiculed the reactions of the audience to this film. Not even a complete battalion of German troopers would have outdone the wild applause given to the pictures of the Kaiser, wrote the reviewer. (30). *Variety* also noted the pro-German message, but took on a more professional approach to this movie. "These war pictures are no more, no nearer 'war scenes' than any of the others that have preceded." (31) The trade paper drew attention to scenes that had apparently been reconstructed for the camera. Such as when German soldiers were seen hiding for an air attack. According to the reviewer, this action took place in a dense forest and could only mean that the scene was a fake. As a movie, THE GERMAN SIDE OF THE WAR wasn't much more than a standard newsreel. The reason why it was a hit was because it cashed in on the interests of so many German-Americans in and around Chicago to see their Fatherland in action.

Conclusion

The Chicago Tribune had done some splendid business with Weigle's films. On top of his two war features the company also produced a number of irregular news films. Especially a film about the sinking of the ship "Eastland" in the Chicago River received a positive reaction in the trade papers. (32). This line of production ended in 1916, when Robert R. Mc. Cormick – director of the Tribune Company – began to look for a new journalistic approach (33). The success of Weigle's war pictures probably made him think about this. He knew that the public liked the stories that were run about Edwin Weigle's adventures in Europe. Weigle wrote two books about his experiences in Europe that were sold well, especially in the movie theatres. (34). This all led him to sign a contract in December 1915 with film producer Selig. The result was the Selig Tribune ("The World's Greatest News Film"), a news reel with the collaboration of photographers such as Weigle. The Selig Tribune however didn't prove to be the success the producers had hoped for. After one year the Selig Tribune was stopped. (35)

The success of ON BELGIAN BATTLEFIELDS and THE GERMAN SIDE OF THE WAR was for a great part due to Edwin Weigle. Because of his perseverance and eagerness to reach

the front lines, he managed to get the official papers he needed. The contract that he closed with the Belgian Red Cross pinpointed the way to the 'official war' pictures of the years 1915-1916, when the Allies and the Central Powers released their documentaries on the American market in their attempt to influence US public opinion.

Weigle's work was, in a word, impressive. However, his war films seem to have shown little more than the standard news reels: parades, scenes of wounded taken from the trenches, civilian life, etc. It was the official character of the Tribune's films, together with the human interest appeal of Weigle's adventures in Europe, that set these war documentaries apart from what the audience had been used to. The Chicago Tribune discovered that with the use of an enterprising photographer and the right amount of publicity they could turn the European War into a cinematic commercial success story.

NOTES

Chapter 2: The early years of the American news film

1. Ramsaye, Terry. "A Million and One Nights'. (London 1954), pg 655
2. "Boosting Pathé Pictures", in: Moving Picture World, March 14, 1914, pg 1392. The result was the popular series THE PERILS OF PAULINE.
3. Theissen, Earl. "Story of the News Reel" in: International Photographer, September 1933, pg 24
4. "Hearst-Selig News Pictorial Announced" in: Motion Picture News, March 3, 1914, pg 26. The film company Metro at that time also joined forces with several regional news papers, see further: Motion Picture News, October 9, 1915, pg 47.
5. "How A News Film Weekly Is Conducted" in: Motion Picture News, June 13, 1914, pg 45
6. "St. Louis Daily Launches News Pictorial" in: Motion Picture News, August 1, 1914, pg 22.
7. "Newspaper Starts Real Film Weekly" in: Motion Picture News, June 6, 1914, pg 46. According to Raymond Fielding in his book 'The American News Reel' Fox News was the first cinema journal that in 1919 used the services of a press agency. This is probably not true. Already in early 1914, Pathé closed a contract with United Press. The news reel company would give pictures to UP. UP supplied Pathé with regular press releases. Pathé also received an editor from the UP news agency. See: Moving Picture World, 24 January 1914, pg 393.
8. "Making the Newspapers An Ally" in: Motion Picture News, May 2, 1914, pg 25
9. "Using the Newspapers as an Ally" in: Motion Picture News, May 30, 1914, pg 40
10. "New Haven Newspaper Espouses Film" in: Motion Picture News, August 22, 1914, pg 38
11. "Facts and Comments" in: Moving Picture World, December 13, 1913, pg 1255. The number of newspaper with a movie section had grown in 1913 with about 50%, according to this trade paper.
12. "Newspapers Falling in Line" in: Variety, July 10, 1914, pg 19

Chapter 4.2.4. The Hearst-Selig News Pictorial

1. Review in: Moving Picture World, July 10, 1915, pg. 396
2. "All International Films to Be Released Through Pathé" in: Motion Picture News, January 13, 1917, pg. 227
3. Dench, Ernest A. 'Making the Movies' (New York 1915), pg. 162
4. Dench, Ernest A. "Methods By Which the European War Has Been Filmed" in: Scientific American, March 20, 1915, pg. 277.
5. Advertisement in: Motion Picture News, October 31, 1914, pg. 1
6. Ibidem. Compare: "Hearst-Selig War Scenes" in: Moving Picture World, November 31, 1914, pg. 654
7. "Flashes From Chicago Film Circles" in: Motion Picture News, January 23, 1915, pg. 43
8. "War Relief Picnic Held At Selig Zoo" in: Motion Picture News, July 15, 1916, pg. 228.
9. Review in: Moving Picture World, April 17, 1915, pg. 446
10. Barkhausen, Hans. 'Filmpropaganda für Deutschland im Ersten und Zweiten Weltkrieg' (Hildesheim 1982), pg. 56-58
11. "Bemerkenwertes Uber Kinofilms" in: Photographische Korrespondenz 657 (1915), pg. 174-175. Compare ibidem: pg. 188-189
12. Barkhausen, Hans, Ibidem, pg, 21-22
13. Ëdwards Returns From European Battlefields" in: Motion Picture News, December 9, 1916, pg. 3674
14. "International Camera Men" in: The Billboard, July 1, 1916, pg. 82

Chapter 4.3. The Chicago Tribune

1. Variety Film Reviews, Part I: 1907-1920 (New York/London 1983), Review January 8, 1915
2. Ibidem
3. H.H. Van Loan, 'Shooting the War' in: Motion Picture Magazine, March 1918, pg. 66-67
4. "Germany On Firing Line Officialy Approved' in: Motion Picture News, February 19, 1916, pg. 1014
5. Variety Film Reviews, January 21, 1916
6. Wendt, Lloyd. 'Chicago Tribune. The Rise of A Great American Newspaper'. (Chicago Tribune 1979), pg. 391.
7. Ramsaye, Terry. 'A Million and One Nights'. (London 1954), pg 658
8. Weigle, Edwin F. 'My Experiences on the Belgian Battlefields' (Chicago 1914), pg. 10.
9. For a picture of Weigle, filming with this camera among the ruins of Termonde, see: Farley, Parke 'The War Photographer's Job' in: Photoplay Magazine, February 1915, pg. 163
10. Weigle, Edwin F. 'My Experiences on the Belgian Battlefields', pg. 18-21
11. Ibidem, pg. 32
12. Ibidem, pg. 43
13. Advertisement in: Moving Picture World, November 21, 1914, pg. 1110-1111
14. "Actual War Films Ready" in: The Billboard, November 14, 1914, pg. 46
15. "Chicago Letter" in: Moving Picture World, December 5, 1914, pg. 1362
16. "War Pictures Sweep United States" in: The Billboard, November 28, 1914, pg. 58
17. "War Pictures Fakey" in: Variety, November 21, 1914, pg. 7. See also a similar article in Variety, November 28, 1914, pg. 22

18. Variety Film Reviews, 4 December 1914. See also a review by Moving Picture World, December 12, 1914, pg. 1507
19. Library of Congress ed. 'Motion Pictures, 1912-1939' (Washington DC 1951), pg. 882
20. Advertisement in: Moving Picture World, November 21, 1914, pg. 1113.
21. "Siege of Antwerp Shown in Pictures" in: Moving Picture World, November 28, 1914, pg. 1218
22. "Chicago Letter" in: Moving Picture World, January 30, 1915, pg. 655
23. Patterson, Joseph M. 'The Notebook of A Neutral' (New York 1916), pg. 45
24. Weigle, Edwin F. 'On Four Battlefronts with the German Army' (Chicago 1915), pg. 15
25. "Written on the Screen" in: New York Times, September 26, 1915, Section VI, pg. 4
26. See for an article on this film: "Chicago Letter" in: Moving Picture World, February 6, 1915, pg. 812. In this article, Jasper Mc Quade describes Thompson's appearance in Chicago when he lectured on this German war film for The Chicago Tribune. Although Thompson emphasised the neutral character of this film ('the camera doesn't lie'), it is clear that his commentary was friendly towards the cause of Germany: "You will be shown the cheering crowds in Berlin as they massed to give the Kaiser assurance of their allegiance. You will see the Germans in battle; you will see them feeding Belgian children and refugees from the kettles of the field kitchens and ministering to the victims left behind. You will see what happened when the Russians bombarded the German front in East Prussia." Thompson later worked again for The Chicago Tribune and produced ON RUSSIAN BATTLEFIELDS. His work at the Eastern Front was described by Robert R. McCormick in his book 'With the Russian Army' (New York 1915)
27. Advertisement in: Moving Picture World, November 6, 1915, pg. 1207. This advertisement has an enthusiastic comment on the film by Count Von Bernstorff, the German ambassador in the United States.
28. "German Side of the War Makes Record Run" in: Motion Picture News, November 13, 1915, pg. 75
29. Library of Congress ed. 'Motion Pictures, 1912-1939' (Washington DC 1951), pg. 296
30. "Germany On The Screen" in: New York Times, September 21, 1915, pg. 11.
31. Variety Film Reviews, October 8, 1915. During the first run in New York THE GERMAN SIDE OF THE WAR generated $ 32,000,- Sales of distribution rights brought in an extra $ 56,000,- The reason for this substantial financial spin off is, according to Variety, the intensive publicity campaign by The Chicago Tribune. A correspondent for Variety noted: "Exchange advertising between the Chicago Tribune and the New York papers gave the pictures a tremendous quantity of publicity. It is said the Tribune is practically satisfied with the advertising it is securing; which allows F. Ziegfeld Jr., who has the war film under his direction for New York, a large margin of profits on the return." (Variety, September 24, 1915, pg. 17)
32. "Central Film Sells 96 Prints of Eastland Disaster" in: Motion Picture News, August 14, 1915, pg. 93
33. Wendt, Lloyd. 'Chicago Tribune', pg. 419. In his yearly report on 1915, McCormick stated: " … all present methods of war reporting are losing their interest for the public and new methods must be found."
34. "My Experiences on the Belgian Battlefields" in: Moving Picture World, December 26, 1914, pg. 1857
35. "Newsreel I Discontinued" in: The Billboard, May 19, 1917, pg. 61